

Onderzoeksrapportage impact Dutch Grand Prix Zandvoort 2023

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

DISCOVER YOUR WORLD

Introductie

Voor het derde achtereenvolgende 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 2023 en haar side events (onder de noemer Zandvoort Racefestival) 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 Noordwijk. Daarnaast is aanvullende informatie opgevraagd bij de organisatie van de Dutch Grand Prix, Stichting Zandvoort Beyond en Gemeente Zandvoort.

Het project als geheel stond onder leiding van drs. Kristel Zegers. Onze dank gaat uit naar alle respondenten die bereid waren mee te werken aan dit onderzoek en hun tijd en kennis ter beschikking te stellen. Met name willen we Malou Postuma en Niels Markensteijn danken voor het verstrekken van de opdracht en de gegeven support. Dank aan Marieke Kooiman, Rosanne Kieftenburg, Marjolein Jonker en Petri Biegstraaten voor de hulp bij het verspreiden van de bewonersenquête. Dank aan Marc Bibbe, Zandvoort Marketing en Sander ten Bosch en Mark Prinsen, Zandvoort Beyond/ Zandvoort Racefestival, 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 Bart, Nienke, Hannah, Roelie, Manon, Justin, Justin en Noor die in het kader van hun minor strategisch eventmanagement de dataverzameling, analyse en rapportage van de ondernemers voor hun rekening hebben genomen.

Breda, 1 december 2023
Drs. Kristel Zegers
Dr. Adriaan van Liempt
Dr. Jeroen Klijs
Sander Mazeland
Weronika Broda

Management samenvatting

Doel en opzet studie

Gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix (DGP) hebben Breda University of Applied Sciences (BUas) gevraagd om de economische, sociale en maatschappelijke impact van het evenement Dutch Grand Prix 2023 en haar side events (onder de noemer Zandvoort Racefestival) te onderzoeken.

Het onderzoek is uitgevoerd middels online en/of face-to-face afgenomen gestructureerde vragenlijsten onder 726 bezoekers van het circuit, 286 bezoekers aan het dorp Zandvoort, 108 ondernemers van Zandvoort en 3418 bewoners van Zandvoort (736), Bloemendaal (37), Haarlem (2322), Haarlemmermeer (162), Heemstede (59) en Noordwijk (102). Daarnaast is aanvullende informatie opgevraagd bij de organisatie van de Dutch Grand Prix, Stichting Zandvoort Beyond, Zandvoort Marketing en Gemeente Zandvoort.

Voor het berekenen van de economische impact 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 DGP-bezoekers en de DGP-organisatie.

In de berekening van economische impact is niet gecorrigeerd voor verdringingseffecten.

Sponsoractivaties (zoals afhuur van gelegenheden in Zandvoort, inhuur personeel, verzorgen eten en drinken voor genodigden) zijn niet in kaart gebracht. Bestedingen van bezoekers die niet het circuit maar wel het dorp hebben bezocht tijdens het raceweekend zijn eveneens niet meegenomen in de berekening van de economische impact. Het winstcijfer van de DGP-organisatie wordt niet gedeeld en is ook niet meegenomen in de berekening van de economische impact.

Resultaten economische impact

- Op vrijdag hebben 97.700 bezoekers de DGP bezocht, op zaterdag 105.000 en op zondag ook 105.000. In totaal hebben 157.000 bezoekers (exclusief VIPS's en genodigden) een ticket gekocht. Samen hebben zij 258.200 bezoeken gebracht.
- Ruim driekwart van de bezoekers kwam buiten de MRA, 6,7% was afkomstig uit het buitenland.
- 91,5% van de bezoekers is additioneel en was dus niet in Zandvoort geweest als het evenement niet had plaatsgevonden.
- 20% van de bezoekers overnacht in de MRA regio; ze verblijven gemiddeld 2,9 nachten en besteden €104,29 per persoon per nacht
- De totale additionele bestedingen van bezoekers en organisatie alsmede de daarmee samenhangende toegevoegde waarde en werkgelegenheid zijn te vinden in onderstaande tabel; hierin wordt tevens de vergelijking gemaakt met de editie van 2021 en 2022.

	DGP 2021	DGP 2022	DGP 2023
Aantal unieke betalende bezoekers	126.650	155.400	157.000
Totale <i>additionele</i> bestedingen (bezoekers & organisatie) Zandvoort	22,3 miljoen euro	25,0 miljoen euro	25,8 miljoen euro
Totale <i>additionele</i> bestedingen (bezoekers & organisatie) MRA (inclusief Zandvoort)	44,5 miljoen	61,3 miljoen euro	65,1 miljoen euro
Toegevoegde waarde Zandvoort	8,9 miljoen	6,6 miljoen	7,2 miljoen euro
Werkgelegenheid Zandvoort	244 banen (fte)	127 banen (fte)	135 banen (fte)
Toegevoegde waarde MRA (inclusief Zandvoort)	23,2 miljoen	28,0 miljoen	30,4 miljoen euro
Werkgelegenheid MRA	498 banen (fte)	474 banen (fte)	514 banen (fte)

- Zoals te zien kende de DGP van 2023 een iets hoger aantal unieke betalende bezoekers. Bezoekers gaven in 2023 tesamen meer geld uit aan tickets en vervoer. Daarnaast was het percentage additionele bezoekers hoger. In combinatie met meer uitgaven die de DGP organisatie in 2023 in Zandvoort en de MRA regio heeft gedaan, verklaart dit de hogere totale additionele bestedingen.
- In 2023 heeft DGP eenzelfde bedrag aan catering on site verdiend als in 2022. BUas heeft bij de berekening van de toegevoegde waarde en werkgelegenheid hetzelfde Input Output model gebruikt als in 2022.
- De verschillen tussen de DGP 2021 en DGP 2022 zijn reeds besproken in het rapport van 2022.
- 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.

Resultaten sociale en maatschappelijke impact

- Alle doelgroepen zijn positief tot zeer positief over hun beleving al worden de verschillen tussen bezoekers en bewoners groter. Bezoekers hebben een memorabele dag uit gehad, genoten van het evenement en van het bezoek aan Zandvoort. Bewoners vinden in vergelijking met voorgaande jaren het evenement minder memorabel, wat kan duiden op een gewenning.
- Bezoekers, ondernemers geven het evenement een gemiddeld rapportcijfer boven de 8. Bewoners van Zandvoort een 7,7 en bewoners van omliggende gemeenten geven gemiddeld een 5,2
- Bezoekers voelen zich veilig en welkom. Ze waarderen de sfeer in Zandvoort. Ook wordt Zandvoort goed bereikbaar geacht.
- Op het circuit is het percentage bezoekers dat zich onveilig heeft gevoeld gedaald ten opzichte van 2022: van 13% in 2022 naar 3% in 2023.
- 47% van de DGP bezoekers denkt de DGP in 2024 wederom te bezoeken

- 28% van de bezoekers wil buiten de DGP om terugkeren naar Zandvoort. Redenen zijn strand, dagje uit, bezoek familie of vrienden, en de motorsport. Bezoekers die buiten DGP om Zandvoort niet willen bezoeken geven als reden de afstand/te ver weg, geen behoefte, alleen interesse in F1.
- Alle doelgroepen vinden de DGP van belang voor het versterken van het imago van Zandvoort en/of het internationaal op de kaart zetten van Zandvoort.
- 88% van de DGP bezoekers is trots dat de F1 in Nederland plaatsvindt.
- Bijna de helft van Zandvoortse bewoners is promotor; het percentage criticasters is dit jaar gegroeid tot 19%. (Volgens de Net Promotor Score zijn promotors respondenten die een 9 of 10 als totaalscore geven; respondenten die een 6 of lager geven als eindrapportcijfer worden criticasters genoemd)
- De belangrijkste positieve effecten volgens bewoners uit Zandvoort zijn dat het evenement Zandvoort op de internationale kaart zet, het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten versterkt, het bezoekers naar het dorp en de regio trekt, het mensen blij maakt, en het inkomsten genereert voor lokale ondernemers,
- 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. Het negatieve effect dat het meest belangrijk werd geacht is dat het evenement niet goed is voor het imago van Zandvoort
- De belangrijkste positieve effecten volgens bewoners uit de omliggende gemeenten zijn dat het evenement mensen blij maakt, dat het evenement bezoekers trekt naar Zandvoort en de omliggende gemeenten, en dat het evenement Zandvoort en omliggende gemeenten internationaal op de kaart zet.
- De belangrijkste negatieve effecten volgens bewoners uit de omliggende gemeenten zijn schade aan het milieu, dat het evenement zorgt voor geluidsoverlast, en dat het evenement geld kost van de belastingbetaler
- 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.
- Zandvoortse inwoners ervaren hinder door het evenement, maar accepteren dat dit erbij hoort. In vergelijking met vorig jaar zijn er dit jaar door bewoners meer opmerkingen gemaakt waarin zorgen om het milieu gedeeld zijn.

Resultaten impact en beleving side events

- In aanloop naar het raceweekend (12 augustus – 24 augustus) gaven met name de eet-en drinkgelegenheden (40%) en de logiesverstrekkers (36%) aan meer drukte te hebben ervaren als normaal. Voor ruim een derde van de ondernemers die meer drukte hebben ervaren, leidde deze drukte ook tot een omzetstijging (varierend van 20% tot 1000%).
- Tijdens het raceweekend hebben met name logiesverstrekkers geprofiteerd door hun prijzen van kamers te verhogen. Bijna de helft van de eet- en drinkgelegenheden geeft aan meer omzet te hebben behaald, terwijl 22% juist minder omzet heeft gehaald. Winkeliers hebben in vergelijking met logiesverstrekkers en eet-en drink gelegenheden het minst geprofiteerd van de Dutch Grand Prix. 65% van de ondernemers in de detailhandel geeft aan minder omzet te hebben behaald, terwijl 14% aangeeft juist meer omzet te hebben behaald.
- De plek waar de onderneming gevestigd was leidde niet tot significante verschillen in omzet.
- 60% van de ondernemers is van mening dat de Dutch Grand Prix van toegevoegde waarde is voor het bedrijf.

- 37% van de ondernemers is van mening dat het Zandvoort Racefestival het eigen bedrijf extra bezoekers oplevert. Dit percentage is beduidend hoger dan vorig jaar.
- Ruim de helft 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.
- In vergelijking met voorgaande jaren valt op dat meer ondernemers betrokken willen zijn bij side events, en dat ze Zandvoort Beyond beter lijken te kennen.

- De bezoekers die in het dorp ondervraagd zijn, geven als meestgenoemde redenen van hun bezoek: de Dutch Grand Prix op het circuit, de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven of een dagje uit zijn. Een bezoek aan het Zandvoort Racefestival wordt door relatief weinig bezoekers als reden voor hun bezoek genoemd.
- De meest genoemde activiteiten die bezoekers in het dorp ondernomen hebben, zijn bezoek restaurant, café of terras, een bezoek aan het strand, fietsen/wandelen. Een bezoek aan het entertainment/live muziek in het dorp, het attractieplein, de activiteiten en spellen op de boulevard zijn de meestgenoemde side events die bezocht zijn.
- Bezoekers oordelen positief over de bereikbaarheid van de side events; tevens is er genoeg te doen voor jong en oud. Men is gematigd positief over de informatievoorziening.
- De uitgaven van bezoekers die alleen het dorp bezocht hebben, zijn gestegen naar 81 euro per persoon per dag (tegenover 50 euro in 2022 en 34 euro in 2021).
- De sfeer in het dorp is door alle doelgroepen hoog gewaardeerd.

Tot slot

Het is niet met zekerheid te zeggen wat externe factoren als het wisselvallige weer en de prestaties van Max Verstappen hebben gedaan met bezoekersbestedingen en bezoekersbeleving. Er is geen aanwijzing dat het wisselvallige weer de sfeer op het circuit heeft beïnvloed of de bezoekersbestedingen heeft gedempt. Te verwachten is dat de prestaties van Max Verstappen een positieve rol spelen in de bezoekersbeleving. De consistente rapportcijfers van DGP bezoekers duiden op veel waardering voor het evenement.

De impactstudie laat zien dat er veel positiviteit is in Zandvoort rondom de DGP en dat de economische impact ook dit jaar substantieel is.

Index

Introductie	1
Management samenvatting	2
Index	6
1 Inleiding en werkwijze	9
1.1 Inleiding	9
1.2 Onderzoeksvragen	9
1.3 Methoden	9
1.3.1 Dataverzameling economische impact	10
1.3.2 Dataverzameling beleving van het evenement door bewoners en bezoekers	11
1.3.3 Dataverzameling beleving en impact side events	12
1.4 Leeswijzer/structuur rapport	13
2 Bezoekersprofiel circuit	14
2.1 Basiskenmerken	14
2.2 Gezelschap	15
2.3 Motivatie bezoek	15
2.4 Tickets	16
2.5 Verblijfsduur	16
2.6 Overnachting	17
2.7 Uitgaven in Zandvoort	18
2.8 Uitgaven in MRA-regio	20
2.9 Vervoermiddel	21
2.10 Beleving Dutch Grand Prix	22
2.11 Beleving en imago van Zandvoort	23
2.12 Sponsors	24
2.13 Duurzaamheidsinitiatieven	24
2.14 Herhaalbezoek	25
2.15 Eindoordeel	26
3 Bezoekersprofiel dorp	28
3.1 Basiskenmerken	28
3.2 Gezelschap	29
3.3 Motivatie bezoek	29
3.4 Activiteiten	30
3.5 Verblijfsduur	30
3.6 Uitgaven in Zandvoort	31
3.7 Beleving	34
3.8 Imago Zandvoort	35
3.9 Retentie	35
3.10 Opmerkingen en suggesties	35
4 Ondernemers	37
4.1 Basiskenmerken	37
4.2 Aanloop naar DGP	37

4.3	Vergelijking raceweekend met regulier weekend	39
4.3.1	Verschil in omzet	39
4.3.2	Verschil in kosten	41
4.3.3	Verschil in personeel	42
4.4	Beleving DGP	43
4.4.1	Informatievoorziening	43
4.4.2	Gevoelens van veiligheid	43
4.4.3	Ervaren hinder of overlast	44
4.4.4	Gevoelens van trots	44
4.4.5	Aankleding en duurzaamheid	45
4.4.6	Toegevoegde waarde voor bedrijf	46
4.4.7	Sfeer in dorp	47
4.5	Zandvoort Beyond en side events	48
4.6	Gevoel DGP door de tijd heen	51
4.7	Rapportcijfer DGP	52
4.8	Opmerkingen/verbeterpunten	53
5	Bewoners Zandvoort en omliggende gemeenten	54
5.1	Basiskennmerken	54
5.2	Bezoek Zandvoort rondom de DGP	56
5.3	Betrokkenheid DGP	58
5.3.1	Bezoek circuit	58
5.3.2	DGP gekeken TV/ Media	58
5.3.3	DGP gevolgd via andere media	58
5.3.4	Liefhebber sport	58
5.3.5	Liefhebber autosport	59
5.3.6	Persoonlijk betrokken gevoeld bij DGP	59
5.4	Beleving Dutch Grand Prix	60
5.4.1	Informatievoorziening	60
5.4.2	Gevoelens van veiligheid	60
5.4.3	Ervaren hinder of overlast	60
5.4.4	Gevoelens van trots	61
5.4.5	Beleving	61
5.5	Positieve effecten	62
5.6	Negatieve effecten	64
5.7	Sentimenten randgemeenten	66
5.8	Eindoordeel respondenten, opmerkingen/verbeterpunten	66
5.9	Gevoel DGP over de jaren heen	67
5.10	De polariserende werking van de Dutch Grand Prix	68
6	Economische impact	71
6.1	Het berekenen van economische impact	71
6.2	Bezoeken en bezoekers	72
6.3	Additionaliteit	72
6.4	Verblijfstoerisme	73
6.5	Bezoekersbestedingen in Zandvoort en MRA	73

6.6	Additionele bezoekersbestedingen	75
6.7	Bestedingen van teams, media, vrijwilligers	76
6.8	Bestedingen van de organisatie	77
6.9	Input output model	78
6.10	Verdringing	81
6.11	Kritische reflectie	82
7	Sociale en maatschappelijke impact	83
7.1	Introductie	83
7.2	Informatievoorziening	83
7.3	Veiligheid	84
7.4	Overlast	84
7.5	Beleving	85
7.6	Draagvlak	86
7.7	Betrokkenheid	87
7.8	Trots	87
7.9	Identiteit en imago	87
7.10	Vriendschap en saamhorigheid	88
7.11	Overig	88
8	Conclusie	89
8.1	Antwoord onderzoeksvragen	89
8.2	Aanbevelingen	95
8.3	Vergelijking met edities 2021 en 2022	95
8.4	Vergelijkbaarheid studies Decisio	97
8.5	Beperkingen onderzoek	97
Appendix		99

1 Inleiding en werkwijze

1.1 Inleiding

Op 25, 26 en 27 augustus 2023 vond de Formule 1 in Zandvoort plaats. Met 97.700 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 wisselvallig, de temperatuur lag rond de 20 graden. Flinkke regenbuien zorgden voor het kort staken van de wedstrijd op zondag. De Dutch Grand Prix viel dit jaar een week eerder ten opzichte van de edities van 2021 en 2022 en vond daardoor plaats tijdens de zomervakantie periode van de scholen in Noord Holland. In hetzelfde weekend vond ook het festival Mysteryland plaats in Haarlemmermeer.

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 edities van 2021 en 2022.

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 2023, 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 2023, 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 2022; 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 edities van 2022 en 2023 kenden 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 voorgaande jaren. 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)¹ is een vragenlijst ontwikkeld die de impact van een evenement voor een gastgemeenschap meet. Net als in 2022 zijn naast de inwoners van Zandvoort ook de inwoners van Haarlem, Bloemendaal, Heemstede en Haarlemmermeer betrokken bij het onderzoek. Daarnaast heeft de gemeente Noordwijk voor de eerste keer deelgenomen; de gemeente Velsen heeft dit jaar niet deelgenomen.

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van veldwerk onder vijf doelgroepen: bezoekers DGP, bezoekers dorp, bewoners Zandvoort, bewoners omliggende gemeenten (Haarlem, Heemstede, Bloemendaal, Haarlemmermeer, Noordwijk) 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 zowel op het circuit van Zandvoort als 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.

De bezoekersenquête is zowel face to face als digitaal afgenomen. Studenten van BUas hebben op 25, 26 en 27 augustus 2023 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. In totaal zijn 287 goed ingevulde enquêtes verzameld tijdens de drie racedagen (116 op vrijdag, 89 op zaterdag en 82 op zondag). Op 28 augustus heeft de DGP organisatie een bedankmail uitgedaan naar 20.000 random geselecteerde betaalde bezoekers met daarin een verzoek om de digitale bezoekersenquête in te vullen. De online vragenlijst stond open tot 15 september en leverde een respons op van 439 goed ingevulde enquêtes (2,2% 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 726 is; dit aantal is voldoende om een betrouwbaar beeld te schetsen van de populatie (betrouwbaarheidsniveau 95%, foutmarge: 4%). 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 er in onze steekproef een oververtegenwoordiging is van respondenten met een dagkaart vrijdag. Bij de interpretatie van de resultaten moet met deze vertekening rekening gehouden worden. In de berekening van de economische impact wordt zoveel mogelijk gewerkt met populatiedata in plaats van steekproefdata.

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

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

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

Type ticket	% in steekproef*	% in populatie
Dagkaart vrijdag	44,2	29,4
Dagkaart zaterdag	7,7	14,2
Dagkaart zondag	9,2	14,2
Weekendkaart	14,9	19,9
Passpartout	29,1	22,3

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, Noordwijk 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	Noordwijk
Versprei- ding via:	Inwoners- panel	Sociale media, gemeente pagina	Inwoners- panel	Sociale media	Sociale media, gemeente pagina	Sociale media
Vragenlijst verstuurd op:	5 september	28 augustus	5 september	5 september	28 augustus	28 augustus
Vragenlijst gesloten op	19 september	19 september	19 september	19 september	19 september	19 september
Respons	736	37	2322	162	59	102
Foutmarge	4%	16%	2%	8%	13%	10%

Tabel 1.2

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 inwonerspanel 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 inwonerspanel. 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 inwonerspanels 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 12 augustus tot 25 augustus 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 Zandvoort Racefestival, 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 12 augustus; het aantal activiteiten groeide naarmate het raceweekend dichterbij kwam. De digitale vragenlijst stond open van 12 augustus tot 15 september.

In het weekend van 25, 26 en 27 augustus 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. 19 respondenten hebben de vragenlijst digitaal compleet ingevuld; 267 enquêtes zijn face-to-face afgenomen. De steekproef bezoekers dorp bestaat dus uit 286 respondenten. Ervan uitgaande dat Zandvoort op een zomerse weekenddag 100.000 bezoekers trekt, betekent dit een foutmarge van 6%.

Ondernemers Zandvoort

De dataverzameling vond plaats middels face-to-face afgenomen vragenlijsten onder ondernemers. Op woensdag 13 september 2023 hebben BUAs-studenten ondernemers geënquêteerd op de volgende plekken: alle strandpaviljoens, alle ondernemers met een winkel/horecagelegenheid aan de boulevard, alle ondernemers² in de Kerkstraat, de Haltestraat, de Grote Krocht, Badhuisplein, Gasthuisplein en omgeving

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

Stationsstraat (looproute van station naar DGP). Dataverzameling vond plaats tussen 10:00-12:00 en 14:00-15:15 uur. Studenten namen met behulp van een tablet de vragenlijst af die opgesteld was met het programma Qualtrics. Dit leidde tot een respons van 94 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 een oproep gedaan op het digitale ondernemersplatform. Dit leverde nog eens 27 respondenten op. De vragenlijst stond digitaal open van 14 tot 25 september. Na opschoning van de vragenlijst bleven 108 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 9%. In het verzamelen van de data is gepoogd rekening te houden met een spreiding onder horeca en winkeliers om de representativiteit te vergroten; dit jaar was het lastiger logiesverstrekkers bereid te vinden de vragenlijst in te vullen.

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.

2 Bezoekersprofiel circuit

2.1 Basiskenmerken

In totaal zijn er voor dit rapport 726 respondenten meegenomen in de steekproef. Hiervan is 39,8% (n = 289) afkomstig van de respondenten die op het circuit aangesproken zijn, en de overige 60,2% (n = 438) is afkomstig uit de online vragenlijst. Van het totaal aantal respondenten (n = 726) gaf 67,9% aan zich te identificeren als man, 31,7% als vrouw en 0,4% als non binair. Niet alle respondenten stonden open tot het delen van hun geboortejahr. Van degenen die hier wel toe open stonden, was de jongste 18 jaar oud, en de oudste 77 jaar oud. De verdeling van alle ondervraagde leeftijden is hieronder te zien in tabel 2.1.

Leeftijdscategorie	N	%
Jonger dan 20 jaar	25	3,6
20 tot 39 jaar	268	38,2
40 tot 64 jaar	373	53,1
65 tot 80 jaar	36	5,1
Totaal	702	100

Tabel 2.1

Gezien de getallen van dit jaar, en die van vorig jaar, valt er op te merken dat er nauwelijks verschillen te bekennen zijn. Over het algemeen wijken de getallen uit tabel 2.1 niet meer dan 1% af met die van vorig jaar.

De ondervraagde bezoekers van de Grand Prix zijn over het algemeen tamelijk hoog opgeleid: 38,3% heeft een hbo-diploma en 15,5% is universitair afgestudeerd. 32,7% van de 718 respondenten heeft een mbo, havo of vwo-diploma en nog eens 9,6% heeft een vmbo (of een equivalent daarvan) afgemaakt. Dit wijkt nauwelijks af van het voorgaande jaar.

In tabel 2.2 hieronder zie je een overzicht van de woonplaatsen van de respondenten die open stonden dit prijs te geven. Slechts 6,7% van de respondenten kwam uit het buitenland. Internationale bezoekers komen uit het Verenigd Koninkrijk (15x), gevolgd door Duitsland (10x) en daarna door België (5x), Ierland (4x), Frankrijk (2x) en de Verenigde Staten (2x). Het overgrote deel van de respondenten komt uit Nederland (93,5%), waarna deze gecategoriseerd worden in bezoekers woonachtig in Zandvoort, woonachtig in de MRA-regio (Metropool Regio Amsterdam), of woonachtig in overig Nederland. Hieronder een overzicht.

Woonplaats	N	%
Woonachtig in Zandvoort	13	1,8
Woonachtig in (overig) MRA-regio	100	13,9
Woonachtig in (overig) Nederland	559	77,6
Woonachtig in het buitenland	48	6,7
Totaal	720	100

Tabel 2.2

2.2 Gezelschap

In de vragenlijst zijn de respondenten gevraagd naar de samenstelling van het gezelschap waarmee ze de Grand Prix bezoeken. Van de respondenten hebben 95 mensen (13,1%) aangegeven dat hun gezelschap bestond uit een combinatie van de onderstaand genoemde antwoordcategorieën. Vorig jaar was dit 9,7%. De combinaties komen vaak voor tussen 'met overige familie' en 'met vrienden en kennissen'. In tabel 2.3 is een compleet overzicht te zien.

Gezelschap	Aantal keer genoemd	%
Alleen	45	6,2
Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen	138	19,0
Met partner/ echtgeno(o)t(e) met kinderen	87	12,0
Alleen met kinderen	117	16,1
Met overige familie	140	19,3
Met vrienden/kennissen	278	38,2
Met school, bedrijf, vereniging	12	1,7
Overig	5	0,7

Tabel 2.3

Van de 204 ondervraagde respondenten die samen met kinderen de Grand Prix bezocht hebben, is gevraagd naar de leeftijd van de desbetreffende kinderen. Ondanks dat de cijfers van dit jaar wel iets variëren met die van vorig jaar, is er geen opvallend afwijkende verandering. Het oudste meegebrachte kind was 48 jaar oud, en het jongste kind was 3 jaar oud. Hieronder een overzicht van de verschillende leeftijden.

Leeftijd kinderen	N	%
Jonger dan 5 jaar	1	0,7
5 tot 10 jaar	23	17,2
10 tot 15 jaar	31	23,1
15 tot 20 jaar	29	21,6
Ouder dan 20 jaar	50	37,3
Totaal	134	100

Tabel 2.4

Van de ondervraagde mensen blijkt 6,2% alleen gekomen te zijn. Verder kwam 35,6% in een gezelschap van 2 personen, 14,0% in een gezelschap van 3 personen, 18,6% met 4 personen, 7,0% met 5 personen en 9,9% met 6 personen. De overige 5,1% gaf aan in een gezelschap te zijn van 7 personen of meer. Het grootste gezelschap bleek uit 12 personen te bestaan.

2.3 Motivatie bezoek

Respondenten is gevraagd wat de belangrijkste redenen zijn voor hun bezoek aan de Grand Prix. Hierbij mochten de respondenten kiezen uit een lijst antwoordmogelijkheden, waar ze maximaal 3 verschillende opties konden kiezen. Een overzicht van de motivaties van de bezoekers is in tabel 2.5 weergegeven.

Reden bezoek	Aantal keer genoemd	%
Fan van de motorsport/F1	609	83,8
Uniek evenement mee willen maken	316	43,5
Eerder F1 bezocht	202	27,8
Dagje uit	179	24,6
Specifieke coureur willen zien	162	22,3
Tijd doorbrengen met vrienden of familie	143	19,7
Nieuwsgierigheid	60	8,3
Overig	25	3,4
Hang naar avontuur	25	3,4
Nieuwe mensen ontmoeten	8	1,1

Tabel 2.5

2.4 Tickets

Bezoekers zijn gevraagd naar wat voor soort ticket ze gekocht hebben. Hierbij konden ze kiezen uit een dagkaart voor vrijdag, zaterdag en zondag, een weekendkaart of een passpartout. Een weekendkaart geeft de bezoeker toegang tot het circuit op zaterdag en zondag, en een passpartout geldt voor alle drie de dagen. In tabel 2.6 is een overzicht van de gekochte tickets weergegeven.

Type ticket	N	%
Dagkaart vrijdag	321	44,2
Dagkaart zaterdag	57	7,8
Dagkaart zondag	67	9,2
Weekend kaart	108	14,9
Passpartout	211	29,0
Totaal	764	105,1*

Tabel 2.6

*36 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.

2.5 Verblijfsduur

Respondenten is gevraagd naar de verblijfsduur bij de DGP op de dag dat de enquête is afgenomen of een schatting te geven van de gemiddelde verblijfsduur indien men de digitale enquête heeft ingevuld. Gemiddeld genomen waren bezoekers, per dag, 7,4 uur aanwezig bij de DGP. Dit is gemiddeld een half uur minder dan vorig jaar; mogelijk heeft het wisselvallige weer hier een rol in gespeeld. 12,0% van de bezoekers blijft 5 uur of korter, 19,0% blijft 6 uur, 20,0% verblijft 7 uur, 23,7% was 8 uur aanwezig en 12,5% verbleef 9 uur. 8,3% van de bezoekers zegt 10 uur aanwezig geweest te zijn. De laatste 4,6% geeft aan langer dan 10 uur verbleven te hebben bij de Grand Prix.

Als vervolg op de vraag hoelang de respondenten de Grand Prix bezocht hebben, is de vraag gesteld of ze van plan zijn langer in Zandvoort te blijven dan noodzakelijk is voor het evenement zelf. 22,7% van de respondenten (n = 165) gaf aan langer te blijven dan noodzakelijk voor het evenement. Daar tegenover staat dat 77,2% (n = 559) Zandvoort direct heeft verlaten, na het verlaten van het circuit. De 22,7% van de respondenten die aangaven langer in Zandvoort te blijven, kregen de additionele vraag hoelang ze verwachtten in Zandvoort te blijven buiten hun bezoek aan de Grand Prix. Respondenten konden kiezen hun extra verblijfsduur aan te geven in uren, of in dagen. 127 respondenten gaven hun extra verblijfsduur aan in uren, waarbij het gemiddelde lag op 9,94 uur. Antwoorden variëren tussen de 0 en de 11 uur. 37 respondenten

gaven aan in dagen dat ze langer gebleven zijn. Hierbij was het gemiddelde 2,67 dagen, met de antwoorden variërend tussen 1 en 21 dagen.

2.6 Overnachting

Respondenten is de vraag gesteld of ze ergens anders dan in hun eigen woning hebben overnacht, door het bezoek aan de Grand Prix. 27,8% van de bevraagde bezoekers heeft elders dan in hun eigen woning overnacht. Dit is 3,8% minder dan vorig jaar (vorig jaar 31,6%). Van de 202 respondenten die aangaven niet thuis overnacht te hebben, waren het er 51 (=7,0% van de totale steekproef) die een accommodatie hebben gevonden in Zandvoort zelf. De overige 151 (=20,7% van de totale steekproef) hebben een tijdelijk onderkomen gevonden in een andere gemeente dan Zandvoort. Het overgrote deel hiervan valt binnen de MRA-regio. Van de 202 respondenten hebben 35 mensen (=4,8% van de totale steekproef) overnacht in Amsterdam. 14 mensen (=1,9% van de totale steekproef) geven aan in Haarlem overnacht te hebben. Ondanks dat de overnachtingscijfers ietwat lager liggen dan het vorige jaar, zijn Amsterdam en Haarlem net als vorig jaar de meest populaire locaties om te overnachten tijdens de DGP. Verder zijn de locaties voor overnachtingen redelijk verdeeld. Hieronder in tabel 2.7 een overzicht van de verschillende plaatsen.

Plaats overnachting	N	%
Zandvoort	51	25,2
MRA-regio (exclusief Zandvoort)	94	46,5
Overig Nederland	53	26,2
Onbekend/geen antwoord	4	1,9
Totaal	202	100

Tabel 2.7

Gemiddeld genomen, hebben de respondenten 2,9 nachten buiten hun eigen woning overnacht (modus: 2; mediaan 3). Het gemiddelde was vrijwel gelijk aan dat van vorig jaar. De modus was ook gelijk, maar de mediaan is gestegen van 2 naar 3. De verdeling van het aantal nachten is hieronder in tabel 2.8 te zien.

Aantal overnachtingen	N	%
1 nacht	30	14,9
2 nachten	60	29,9
3 nachten	59	29,4
4 nachten	38	18,9
5 nachten	7	3,5
Meer dan 5 nachten	7	3,5
Totaal	201	100

Tabel 2.8

Logischerwijs zijn het de bezoekers die tickets gekocht hebben voor meerdere dagen die ook ergens buiten hun eigen woning overnachten. Mensen die maar voor één dag de DGP bezoeken, lijken dit over het algemeen een stuk minder te doen. Hieronder in tabel 2.9 een overzicht.

Type ticket/overnachten	Overnacht wel	Overnacht niet	Totaal
Passpartout	116	95	211
Weekendkaart	48	60	108
Dagkaart zondag	7	60	67
Dagkaart zaterdag	9	47	56
Dagkaart vrijdag	40	281	321
Totaal	220	543	763

Tabel 2.9

Aanvullend op de voorgaande vragen over de accommodatie zijn de respondenten, die elders dan in hun eigen woning hebben overnacht, gevraagd naar het type accommodatie. In tabel 2.10 is een overzicht te zien van de verschillende accommodatietypen. Zowel vorig jaar én het jaar daarvoor was het overnachten bij vrienden of kennissen de nummer 2 van meest populaire overnachtingstypen, maar dit jaar staat dit met stip bovenaan. Deze wordt gevolgd, met afstand door het 0-3 sterren hotel en de camping die vorig jaar respectievelijk op de derde en de eerste plek stonden.

Type accommodatie	N	%
Bij vrienden/familie/kennissen	54	26,6
Hotel 0-3 sterren	35	17,2
Camping	34	16,7
Hotel 4-5 sterren	28	13,8
Appartement / Air BNB	20	9,9
Bungalowpark	13	6,4
Bed and Breakfast	11	5,4
Overig	8	3,9
Totaal	203	100

Tabel 2.10

Daarna is de additionele vraag gesteld hoeveel de respondenten uitgegeven hebben aan hun overnachting. Hieronder in tabel 2.11 een overzicht.

Uitgaven aan accommodatie: prijs van 1 overnachting voor 1 persoon	N	%
0 euro*	36	22,9
1-50 euro	22	14,0
51-100 euro	38	24,2
101-150 euro	25	15,9
151-200 euro	15	9,6
201 euro en meer	21	13,4
Totaal	157	100

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

Tabel 2.11

22,9% van de respondenten heeft niks betaald voor de overnachting. Dit is zeer waarschijnlijk toe te schrijven aan het feit dat deze mensen bij vrienden of familie overnachten hebben. Gemiddeld genomen, hebben respondenten €104,29 betaald per persoon per nacht. Voor het berekenen van dit gemiddelde is er van tevoren een uitschieter verwijderd van 750 euro, aangezien dit vermoedelijk niet gaat om prijs per persoon per nacht, maar eerder voor het totaal. Vergeleken met het voorgaande jaar, is het gemiddelde iets gedaald (gemiddelde 2022 = 105,97 per persoon per nacht).

2.7 Uitgaven in Zandvoort

De bevroegde bezoekers hebben de vraag gesteld gekregen wat ze uitgegeven hebben, en nog verwachten uit te gaan geven op de dag van de afname van de enquête. 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.

91,5% van de bevroegde bezoekers gaf aan geld uitgegeven te hebben aan eten en drinken en 37,6% heeft geld uitgegeven aan merchandise of souvenirs. 30,3% heeft uitgaven gedaan aan vervoer- of parkeerkosten, 6,6% aan winkelen, 8,3% aan neven activiteiten en entertainment en 6,2% aan overige zaken. De drie grootste

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

Uitgaven aan eten en drinken	N	%
1-50 euro	190	37,4
51-100 euro	186	36,6
101-150 euro	61	12,0
151-200 euro	31	6,1
201 euro en meer	40	7,9
Totaal	507	100

Tabel 2.12

De uitgaven die in tabel 2.12 hierboven zijn weergegeven zijn de uitgaven die mensen hebben gedaan op een hele dag. Deze cijfers houden geen rekening met het feit dat sommige respondenten niet alleen voor zichzelf betalen, maar ook voor andere leden van hun gezelschap. Vandaar de additionele vraag op hoeveel personen de uitgaven betrekking hadden. Hieronder in tabel 2.13 een overzicht. De totalen kunnen wat afwijken door enkele onbekende antwoorden.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan eten/drinken op circuit en/of in dorp Zandvoort (in euro)					
	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	Totaal
1	13	19	6	2	4	44
2	67	64	19	7	5	162
3	10	22	9	3	5	49
4	5	23	10	10	6	54
5	3	3	4	3	2	15
Meer dan 5	3	6	2	2	11	24
Totaal	101	137	50	27	33	348

Tabel 2.13

De tweede grote uitgavenpost heeft betrekking op merchandise of souvenirs die door de respondenten gekocht zijn. Hieronder in tabel 2.14 is dit weergegeven.

Uitgaven aan merchandise/souvenirs	N	%
1-50 euro	62	31,2
51-100 euro	81	40,7
101-150 euro	31	15,6
151-200 euro	14	7,0
201 euro en meer	11	5,5
Totaal	199	100

Tabel 2.14

Ook voor deze uitgavepost telt dat dit over een hele dag wordt beschouwd. Daarom ook hierbij, in tabel 2.15, een uitsplitsing naar het aantal personen waarop de uitgaven betrekking hadden.

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	6	9	1	0	0	16
2	15	37	6	6	4	68
3	5	5	2	2	2	16
4	7	8	5	5	1	26
5	1	1	1	0	2	5
Meer dan 5	0	1	3	1	0	5
Totaal	34	61	18	14	9	136

Tabel 2.15

We zien uit tabel 2.15 dat de meeste aankopen met betrekking tot merchandise gedaan worden voor 2 personen, en onder de 100 euro blijven. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat wanneer een ouder met een kind de DGP bezoekt, er betaald zal worden voor 2. Alhoewel het met betrekking tot eten en drinken iets meer verdeeld is, zien we daar ook een soortgelijke 'piek' bij 2 personen.

De laatste grote uitgavenpost heeft betrekking op de kosten voor vervoer of parkeren in Zandvoort. Wederom is een overzicht weergegeven in de tabel hieronder (2.16)

Uitgaven aan openbaar vervoer	N	%
1-50 euro	109	71,2
51-100 euro	33	21,6
101-150 euro	8	5,2
Meer dan 151 euro	3	2,0
Totaal	153	100

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, buiten de uitgaven in Zandvoort, nog uitgaven gedaan hebben of verwachten te gaan doen in de overige gemeenten van Metropool Regio Amsterdam (MRA). Hierbij zijn de uitgaven aan overnachtingen niet meegeteld (deze zijn reeds uiteengezet in paragraaf 2.6).

De meest genoemde categorieën waar mensen geld aan hebben besteed zijn, eveneens zoals in Zandvoort, eten en drinken (30,4%), vervoers- en parkeerkosten (19,6%) en merchandise (7,3%). Respondenten hebben verder de vraag gesteld gekregen hoeveel geld ze uitgegeven hebben of verwachten uit te gaan geven aan de genoemde posten. De meest genoemde categorieën zijn in de volgende tabellen weergegeven.

Uitgaven aan eten en drinken (MRA)	N	%
1-50 euro	89	47,3
51-100 euro	65	34,6
101-150 euro	10	5,3
151-200 euro	6	3,2
201 euro en meer	18	9,6
Totaal	188	100

Tabel 2.17

De tweede grote uitgavenpost zijn de uitgaven met betrekking tot openbaar vervoer en parkeren (19,6%). Hieronder in tabel 2.18 zijn de uitgaven weergegeven.

Uitgaven aan openbaar vervoer (MRA)	N	%
1-50 euro	86	72,9
51-100 euro	25	21,2
101-150 euro	3	2,5
151-200 euro	2	1,7
201 euro en meer	2	1,7
Totaal	118	100

Tabel 2.18

De derde grote uitgavenpost is die van de merchandise en de souvenirs die gekocht zijn binnen de MRA-regio maar buiten Zandvoort (7,3%). Ook deze uitgaven zijn overzichtelijk weergegeven (tabel 2.19).

Uitgaven aan merchandise/souvenirs (MRA)	N	%
1-50 euro	6	33,3
51-100 euro	5	27,8
101-150 euro	2	11,1
151-200 euro	1	5,6
Meer dan 201 euro	4	22,2
Totaal	18	100

Tabel 2.19

De categorie waar het minste aantal mensen geld aan uitgegeven hebben is die van attracties en/of entertainment in de MRA-regio (n = 33).

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

De bevroegde bezoekers hebben de vraag gesteld gekregen met welk voertuig ze de langste afstand afgelegd hebben vanaf hun thuisadres tot de Dutch Grand Prix. Het gaat hier dus niet over de afstand in kilometers, over alle gebruikte vervoersmiddelen of het vervoersmiddel van aankomst. In tabel 2.20 is het resultaat weergegeven.

Vervoermiddel	N	%
Met de trein	365	50,4
Met de auto/motor	184	25,4
Met de fiets, bromfiets, scooter	73	10,1
(georganiseerde) touringcar	36	5,0
Te voet	16	2,2
Met het vliegtuig	13	1,8
Overig	37	5,1
Totaal	724	100

Tabel 2.20

Van alle respondenten die aangeven de langste afstand afgelegd te hebben met de auto, geeft 45,1% tevens aan elders overnacht te hebben dan in hun eigen woning. Naar alle waarschijnlijkheid rijden ze met hun eigen auto tot de accommodatie, waarna ze het laatste stukje afleggen met een ander vervoersmiddel.

2.10 Beleving Dutch Grand Prix

Respondenten zijn gevraagd om de Dutch Grand Prix op een schaal van 1 tot 10 te beoordelen, voor een aantal individuele aspecten van het evenement. Dit ging over de bereikbaarheid van Zandvoort, de toegankelijkheid van het circuit, het entertainment tijdens de DGP, de fanzone, sfeer, informatievoorziening, kwaliteit van het eten en drinken, de organisatie en de ticketprijs. Hieronder in tabel 2.21 is een overzicht te zien van de belevingsscores.

Item en score	5 of lager	6	7	8	9	10	Gemiddelde	N
Bereikbaarheid van Zandvoort	36 (5,0%)	26 (3,6%)	94 (13,0%)	235 (32,5%)	177 (24,5%)	155 (21,4%)	8,2	723 (100%)
Toegankelijkheid van het circuit	32 (4,4%)	51 (7,1%)	99 (13,8%)	241 (33,5%)	167 (23,2%)	130 (18,1%)	8,1	720 (100%)
Entertainment tijdens DGP	78 (10,8%)	71 (9,9%)	144 (20,0%)	184 (25,6%)	123 (17,1%)	120 (16,7%)	7,6	720 (100%)
Fanzone	68 (9,7%)	69 (9,9%)	168 (24,1%)	208 (29,8%)	110 (15,8%)	75 (10,7%)	7,6	698 (100%)
Sfeer	10 (1,4%)	17 (2,4%)	66 (9,2%)	166 (23,1%)	199 (27,7%)	260 (36,2%)	8,8	718 (100%)
Informatievoorziening	44 (6,1%)	30 (4,2%)	139 (19,3%)	244 (33,9%)	142 (19,7%)	121 (16,8%)	8,0	720 (100%)
Kwaliteit eten en drinken	94 (13,1%)	98 (13,7%)	200 (28,0%)	199 (27,8%)	83 (11,6%)	41 (5,7%)	7,1	715 (100%)
Organisatie	30 (4,2%)	30 (4,2%)	94 (13,1%)	226 (31,5%)	195 (27,2%)	142 (19,8%)	8,3	717 (100%)
Ticketprijs*	114** (15,8%)	104 (14,4%)	160 (22,1%)	186 (25,7%)	83 (11,5%)	76 (10,5%)	7,3	723 (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 82 respondenten, score 4 door 17 respondenten, score 3 door 7 respondenten, score 2 door 4 respondenten en score 1 door 4 respondenten.

Uit tabel 2.21 blijkt dat de sfeer, de organisatie en de bereikbaarheid van Zandvoort, gemiddeld genomen, de hoogste rapportcijfers hebben ontvangen van de bevroegde bezoekers. Respectievelijk een 8,8 (sfeer), 8,3 (organisatie) en een 8,2 (bereikbaarheid). De kwaliteit van eten en drinken scoort dit jaar, eveneens als vorig

jaar, het laagste (7,1). De ticketprijs wordt als redelijk hoog ervaren. De gemiddelde rapportcijfers komen voor alle items redelijk overeen met die van vorig jaar.

2.11 Beleving en imago van Zandvoort

De bevroegde bezoekers is gevraagd of ze aan konden geven in hoeverre ze het eens danwel oneens waren met een aantal stellingen over de beleving en het imago van Zandvoort. In tabel 2.22 hieronder, is een overzicht weergegeven van de gegeven antwoorden door de respondenten. Dit jaar is er in deze lijst van stellingen een nieuwe stelling toegevoegd. Hierbij wordt gevraagd of de organisatie van de Dutch Grand Prix genoeg maatregelen treft om grensoverschrijdend gedrag tegen te gaan. Net als vorig jaar, worden de categorieën 'eens' en 'zeer mee eens' het meeste gekozen. Opvallend is, dat dit jaar de percentages van deze categorieën nog iets gestegen zijn, en die van de 'oneens' en 'zeer mee oneens' nog ietsjes zijn gedaald.

	Zeer mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Zeer mee eens	Weet niet/geen antwoord	Totaal
De DGP draagt bij aan een positief imago van Zandvoort	14 (1,9%)	13 (1,8%)	56 (7,7%)	254 (35,0%)	375 (51,5%)	15 (2,1%)	726 (100%)
Ik heb in Zandvoort gastvrijheid ervaren tijdens mijn bezoek aan de DGP	11 (1,5%)	17 (2,3%)	73 (10,1%)	320 (44,1%)	277 (38,2%)	28 (3,9%)	726 (100%)
Ik voel me veilig in Zandvoort	12 (1,7%)	11 (1,5%)	47 (6,5%)	318 (43,8%)	317 (43,7%)	21 (2,9%)	726 (100%)
Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder DGP bezoekers	12 (1,7%)	22 (3,0%)	74 (10,2%)	255 (35,1%)	350 (48,2%)	13 (1,8%)	726 (100%)
Ik ben trots dat de Formule 1 in Nederland plaatsvindt	15 (2,1%)	8 (1,1%)	50 (6,9%)	160 (22,0%)	479 (66,0%)	14 (1,9%)	726 (100%)
Zandvoort ademt Formule 1	10 (3,0%)	12 (1,7%)	75 (10,3%)	257 (35,4%)	350 (48,2%)	22 (3,0%)	726 (100%)
Ik heb genoten van dit evenement	18 (2,5%)	10 (1,4%)	17 (2,3%)	200 (27,5%)	475 (65,4%)	6 (0,8%)	726 (100%)
De DGP-organisatie neemt genoeg maatregelen om grensoverschrijdend gedrag tegen te gaan	13 (1,8%)	26 (3,6%)	152 (20,9%)	248 (34,2%)	166 (22,9%)	121 (16,7%)	726 (100%)

Tabel 2.22

Een interessante nuance die aangebracht kan worden in de nieuwe stelling van dit jaar, gaande over grensoverschrijdend gedrag, is dat er bepaalde verschillen opgemerkt kunnen worden tussen mannen en vrouwen. Wanneer we kijken naar de twee negatieve categorieën (zeer mee oneens en mee oneens), zien we dat deze categorieën door 4,3% van de mannen wordt ingevuld, maar door 6,6% van de vrouwen. Dit kan komen door het feit dat vrouwen over het algemeen meer last hebben van grensoverschrijdend gedrag dan

mannen. Dit is ook terug te zien in de percentages in de categorie 'weet niet/geen antwoord'. 18,2% van de mannen hebben deze optie ingevuld, en bij vrouwen was dit 13,6%. Wederom, kan dit komen door de manier hoe dit onder de aandacht komt bij mannen en vrouwen. Ondanks de kleine verschillen in percentages, is het zeker van belang deze nuanceverschillen mee te nemen in het interpreteren van deze stelling.

2.12 Sponsors

Respondenten hebben de vraag gesteld gekregen of ze een aantal sponsors van de DGP konden opnoemen. Hierbij konden de respondenten meerdere antwoorden geven. Ook werden er, naast het noemen van sponsors van het gehele evenement, ook sponsors genoemd van specifieke coureurs. In tabel 2.23 hieronder is een overzicht weergegeven van de aantal keren een bepaalde sponsor genoemd is (n = 726)

Naam sponsor	Aantal keer genoemd
Heineken	541 (74,5%)
Jumbo supermarkten	387 (53,3%)
Radio 538 / Talpa	204 (28,1%)
CM.com	141 (19,4%)
Red Bull	141 (19,4%)
VolkerWessels	128 (17,6%)
Rolex	125 (17,2%)
Pon	99 (13,6%)
Pirelli	56 (7,7%)
Mercedes	43 (5,9%)
Shell	40 (5,5%)
Ferrari	35 (4,8%)
Randstad	5 (0,7%)
Philips	3 (0,4%)
Unilever	2 (0,3%)
Respondent noemt een ander merk	179 (24,6%)

Tabel 2.23

Andere merken die vaak genoemd zijn: DHL (39x), Mammoet (21x), MSC Cruises (11x), Buko (9x), Qatar Airways (8x), Lenovo (7x). Ten opzichte van vorig jaar is te zien dat meer bezoekers de DGP sponsors kennen: alle sponsors worden in aantallen vaker genoemd.

2.13 Duurzaamheidsinitiatieven

Sinds vorig jaar is er een nieuw item toegevoegd aan de enquête waarbij de respondenten gevraagd wordt of ze op de hoogte zijn van de duurzaamheidsinitiatieven die de organisatie van de Dutch Grand Prix voert. Hierbij ging het om het reduceren van het bezoek van DGP met de auto, het tokensysteem voor drinkbepers om afval te voorkomen, het statiegeldsysteem voor het goede doel, de gratis waterpunten voor bezoekers, het HandicapNL extra care count en het gebruik van duurzame brandstof voor vervoer en energie. 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	605 (84,3%)	113 (15,7%)	718 (100%)
Het token systeem voor drinkbekers	675 (93,6%)	46 (6,4%)	721 (100%)
Statiegeldsysteem voor het goede doel	383 (53,2%)	337 (46,8%)	720 (100%)
Gratis waterpunten voor bezoekers	542 (75,2%)	179 (24,8%)	721 (100%)
Het HandicapNL extra care count	213 (29,8%)	502 (70,2%)	715 (100%)
Duurzame brandstof voor vervoer en energie	235 (33,0%)	478 (67,0%)	713 (100%)

Tabel 2.24

In de enquête van dit jaar zijn alleen de duurzaamheidsinitiatieven meegenomen waar de organisatie met bezoekers over gecommuniceerd heeft. Hierdoor kunnen alleen de cijfers van de bekendheid met het reduceren van autobezzoek, het tokensysteem, de waterpunten, het HandicapNL extra care court en het gebruik van duurzame brandstof vergeleken worden. Het valt op dat de bekendheid van het reduceren van autobezzoek, het tokensysteem en het HandicapNL extra care court ten opzichte van vorig jaar enkele procentpuntjes gestegen is. De bekendheid met de waterpunten is met 10% gestegen. De bekendheid van het publiek met het gebruik van duurzame brandstoffen daarentegen is licht gedaald (vorig jaar was 41,5% hiervan op de hoogte).

2.14 Herhaalbezoek

Om te onderzoeken of een bezoek aan de Dutch Grand Prix bijdraagt aan een potentieel herhaalbezoek is de respondenten gevraagd hoe groot ze de kans achtten Zandvoort binnen een jaar nog eens te bezoeken, buiten de Grand Prix om. Daarna werden de respondenten ook gevraagd een motivatie te geven voor hun keus. In tabel 2.25 een overzicht.

Item: Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nogmaals bezoekt (buiten DGP om)? (N=720)

Zeer klein	Klein	Neutraal	Groot	Zeer groot	Weet niet/geen antwoord
162 (22,5%)	146 (20,3%)	133 (18,5%)	127 (17,6%)	77 (10,7%)	75 (10,4%)

Tabel 2.25

Respondenten die aangeven dat *de kans zeer klein of klein* is, geven hier verschillende redenen voor. De redenen die het meest genoemd worden, zijn het feit dat er verder niks te doen is in Zandvoort (~38x), dat ze simpelweg geen interesse hebben (~50x) en dat ze enkel naar Zandvoort gekomen zijn voor de Formule 1 (~40x). Andere genoemde redenen zijn dat mensen het te duur vonden (~22x), te ver weg (~44x), of dat ze liever naar een andere badplaats gaan (~10x). Het lijkt echter uit de antwoorden naar boven te komen, dat mensen het bezoek aan Zandvoort (waar naar gevraagd werd), soms verwarden met een bezoek aan het circuit. Als reden werd er een aantal keer aangegeven dat de kaartjes te duur waren. Dit is belangrijk om in de gaten te houden bij het interpreteren van deze resultaten.

Respondenten die *neutraal* antwoordden over het potentieel terugkeren naar Zandvoort gaven erg gevarieerde antwoorden. Het kan liggen aan een hele hoop verschillende factoren. Dingen die vaak genoemd is bijvoorbeeld dat het ligt aan het weer (~10x), dat er familie in de buurt woont (~12x) of dat het gaat om het strand, maar dat dat ook een andere plaats zou kunnen zijn (~11x). Bij deze laatste gaat het dus *vaak* niet om

Zandvoort als plaats opzich, maar meer om het feit dat er een strand is. Ook werd er relatief vaak genoemd dat mensen Zandvoort als eens eerder bezocht hadden, en het wel beviel (~10x). Andere redenen zijn bijvoorbeeld dat ze nog geen plannen hebben, of dat ze niet weten of ze er tijd voor hebben.

De bevroegde bezoekers die aangeven dat *de kans groot of zeer groot* is dat ze binnen een jaar zouden terugkeren naar Zandvoort geven ook een aantal verschillende redenen. De redenen die geregeld genoemd worden gaan onder andere over het strand (~24x), als dagje uit (~26x) en aangezien er familie en/of vrienden in de buurt wonen (~20x). Ook wordt er een aantal keer genoemd dat mensen buiten de Grand Prix om naar Zandvoort komen voor het circuit, en de sfeer die Zandvoort uitstraalt ten opzichte van de motorsport. Ook hier is er bij wat respondenten wat verwarring geweest, aangezien er ook wat antwoorden in gingen op het herhaalbezoek van de Dutch Grand Prix, wat niet de bedoeling was van deze vraag.

Als laatste is de vraag gesteld aan de respondenten, hoe groot zij de kans achten de Dutch Grand Prix opnieuw te bezoeken in 2024. 14,5% van de respondenten geeft aan dat zij de kans *zeer klein* achtten. Dit is goed voor 105 respondenten uit de steekproef. 99 respondenten, goed voor 13,7%, schat de kans *klein*, 19,1% acht de kans *neutraal* (138 bezoekers) en 26,0% acht de kans *groot* (188 bezoekers). De overige 20,5% (148 bezoekers) geeft aan de kans als *zeer groot* te achten, de DGP in 2024 nogmaals te bezoeken. 45 bezoekers, goed voor 6,2% geeft aan het nog niet te weten. (n = 723)

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'.

Van de totale steekproef (n = 726) waren 722 respondenten bereid een cijfer te geven aan de waarschijnlijkheid dat zij het evenement zouden aanbevelen. 5 respondenten hebben geen cijfer gegeven. Van de 722 respondenten viel 44,2% (n = 319) in te delen in de groep van de promotors. Zij gaven een 9 of 10. 317 respondenten, goed voor 43,9%, waren passievelingen aangezien zij een 7 of 8 gaven. De laatste 11,9% van de steekproef zijn de criticasters, goed voor 86 respondenten. Deze criticasters gaven een cijfer van 6 of lager. De netto promotor score (NPS) wordt berekend door het percentage promotors te verminderen met het percentage criticasters. Hieruit kunnen we opmaken dat de DGP 2023 een NPS heeft van +32,3. In 2022 was de NPS een score van +34,2, en in 2021 was dit +37.

Tot slot zijn de respondenten gevraagd of ze een rapportcijfer wilden geven voor de Dutch Grand Prix in zijn geheel. Het gemiddelde rapportcijfer komt uit op een 8,2 (n = 724), wat precies gelijk is aan het voorgaande jaar (2022 = 8,2) en 0,1 lager is dan in 2021 (2021 = 8,3). Van de 724 respondenten gaven 99 mensen (13,7%) een 10, 222 mensen (30,7%) een 9 en 233 mensen (32,2%) een 8. 23,5%, goed voor 170 respondenten, lager dan een 8, waarvan 1,9% een rapportcijfer lager dan een 5 gaf.

2.16 Losse opmerkingen bezoekers

Tijdens het enquêteren zijn er vanuit de respondenten nog wat losse opmerkingen binnen gekomen over de Grand Prix en haar organisatie, die nog niet reeds bevroegd waren in de vragenlijst. Een redelijk aantal respondenten gaf aan dat de prijs en de kwaliteit van de horeca niet in balans waren, en dat ze daar niet tevreden over waren. Tevens werd gevraagd om gezondere eertoepies. Ook werd er redelijk vaak genoemd, dat de paden rondom de fanzone niet goed georganiseerd waren, dat het achter de tribunes erg modderig was, en dat het reguleren van mensenstromen niet positief ervaren is door een deel van de bezoekers. Bezoekers

gaven aan met name op zondag lang hebben moeten wachten om van het circuit naar het station te komen (wachttijden van 3 uur). Een slecht ter been zijnde bezoeker vroeg om vervoersopties van het station naar het circuit. Tot slot zijn ook enkele opmerkingen gemaakt over de tassencontrole: mensen hadden bezwaar dat meegenomen eten (ook glutenvrij eten vanwege allergie) en waterflesjes ingenomen werden. Buiten deze kritische noten, zijn er ook veel positieve reacties en complimenten binnengekomen.

3 Bezoekersprofiel dorp

3.1 Basiskenmerken

In totaal hebben 286 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld. Van deze 286 respondenten zijn 267 reacties verzameld tijdens het raceweekend zelf en 19 reacties zijn digitaal verzameld.

Van de ondervraagde bezoekers waren 154 bezoekers man (54%), 129 bezoekers vrouw (45%) en 3 bezoekers non-binair (1%). 91% 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	13	5
20 tot 40 jaar	127	45
40 tot 65 jaar	130	46
65 en ouder	15	5
Onbekend	1	0
Totaal	286	100

Tabel 3.1

Bezoekers zijn relatief hoog opgeleid: 37% heeft hbo-onderwijs afgerond en 21% universitair onderwijs. Verder heeft 31% middelbaar beroepsonderwijs of havo/vwo-onderwijs gevolgd. 7% heeft lager beroepsonderwijs of mavo/vmbo (of een equivalent daarvan) gevolgd. De resterende 4% heeft basisonderwijs gevolgd, geen onderwijs gevolgd, of heeft geen antwoord willen geven op deze vraag.

In totaal waren 57 respondenten (20%) buitenlandse bezoekers. Dit betreft bezoekers uit 16 verschillende landen.

Land	N
België	4
Duitsland	24
Finland	1
Frans	1
Georgië	1
Indië	1
Malta	2
Noorwegen	2
Polen	1
Slovenië	1
Spanje	1
Turkije	1
Verenigd Koninkrijk	9
Verenigde Staten	2
Zuid Afrika	3
Zwitserland	2
Onbekend	1
Totaal	57

Tabel 3.2

3.2 Gezelschap

Gezelschap	N	%
Alleen	37	13
Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen	78	27
Met partner/ echtgeno(o)t(e) met kinderen	33	12
Alleen met kinderen	19	7
Met overige familie	38	13
Met vrienden/kennissen	87	30
Met school, bedrijf, vereniging	12	4
Overig	4	1

Tabel 3.3

De 50 respondenten die met kinderen het dorp bezocht hebben zijn gevraagd naar de leeftijd van de kinderen. Uit onderstaande tabel is te zien dat er een vrij grote spreiding in leeftijden is; ook volwassen kinderen met ouder(s) bezoeken het dorp. De opgegeven leeftijd van het oudste kind is 28 jaar.

Leeftijd kinderen	N	%
Jonger dan 5 jaar	8	13
5 tot 10 jaar	19	31
10 tot 15 jaar	16	26
15 tot 20 jaar	14	23
Ouder dan 20 jaar	5	8

Tabel 3.4

Ten opzichte van de vorige editie heeft er een sterke stijging plaatsgevonden in het aandeel van de leeftijdscategorie 15 tot 20 jaar (van 4% naar 23%) en een daling in het aandeel van de leeftijdscategorie 5 tot 10 jaar (van 39% naar 31%) en in de leeftijdscategorie ouder dan 20 jaar (van 19% naar 8%).

3.3 Motivatie bezoek

Bezoekers konden meerdere antwoorden (maximaal 3) opgeven als reden voor hun bezoek aan het dorp. De 286 respondenten hebben de volgende redenen opgegeven:

Reden bezoek	N	%
Ik bezoek de Dutch Grand Prix (op het circuit)	174	61
Ik wil de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven in het dorp	148	52
Ik ben een dagje uit	113	40
Ik kom voor het strand	53	19
Ik ben hier/in de buurt op vakantie	37	13
Ik bezoek vrienden/familie	27	9
Ik bezoek het Zandvoort Racefestival	22	8
Overig	18	6
Ik kom voor werk/zaken	10	4
Ik bezoek een specifiek (side)event, namelijk...	5	2

Tabel 3.5

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 DGP	136	48	133	78
Bezoek restaurant, café, terras	188	66	112	66
Bezoek strand	100	35	41	24
Fietsen/wandelen	80	28	27	16
Bezoek entertainment / live music in het dorp	62	22	31	18
Bezoek attractieplein met (kermis) attracties	53	19	20	12
Bezoek activiteiten en spellen op de boulevard	40	14	19	11
Winkelen	36	13	14	8
Bezoek Zandvoort Racefestival	33	12	13	8
Boodschappen doen	14	5	9	5
Anders, namelijk	23	8	7	4
Camping	1	0	1	1
Bezoek nationaal park	1	0	0	0

Tabel 3.6

Ook dit jaar doen dorpsbezoekers die de DGP bijwonen minder activiteiten ten opzichte van de volledige steekproef. In vergelijking met vorig jaar is het strand minder vaak bezocht door DGP bezoekers (vorig jaar 33% nu 24%). Meer bezoekers aan het dorp gaven aan een café of restaurant bezocht te hebben (66%) vergeleken met vorig jaar (49%). Het wisselvallige weer zal hier een rol in hebben gespeeld.

Waar slechts 12% van de bezoekers aangeeft het Zandvoort Racefestival bezocht te hebben, laten de percentages aan diverse onderdelen van het Zandvoort Racefestival (livemuziek, attractieplein, spellen boulevard) zien dat er meer deelgenomen is, maar dat wellicht de naam Zandvoort Racefestival nog niet zo bekend is.

3.5 Verblijfsduur

De respondenten is gevraagd om een inschatting te geven van de verwachte verblijfsduur met eventueel een korte toelichting. Kijkend naar deze resultaten geeft 46% aan een dag of langer in Zandvoort te zullen zijn. Dat is vergelijkbaar met vorig jaar toen 51% dit aangaf.

Van de respondenten die langer dan een dag in het dorp verblijven blijft 18% een dag, 19% twee dagen, 36% 3 dagen en de overige 26% 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, 53% ongeveer tussen de 5 en 8 uur, en 21% 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	15 (15%)	55 (56%)	17 (17%)	6 (6%)	3 (3%)	2 (2%)	98
2	6 (5%)	49 (40%)	39 (31%)	14 (11%)	6 (5%)	10 (8%)	124
3	0 (0%)	10 (36%)	9 (32%)	3 (11%)	3 (11%)	3 (11%)	28
4	1 (4%)	4 (17%)	7 (30%)	3 (13%)	3 (13%)	5 (22%)	23
5	0 (0%)	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (67%)	3
Meer dan 5	1 (14%)	1 (14%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (71%)	7
Onbekend	0 (0%)	1 (33%)	2 (67%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Totaal	23 (8%)	121 (42%)	74 (26%)	26 (9%)	15 (5%)	27 (9%)	286

Tabel 3.7

De bezoekers aan het dorp geven gemiddeld het meeste geld uit aan eten en drinken. De uitgaven aan eten en drinken zijn gedaald ten opzichte van vorig jaar. Vorig jaar gaf 63% van de respondenten minder dan 100 euro per groep uit en slechts 15% minder dan 50 euro. Dit jaar gaf 76% van de respondenten minder dan 100 per groep uit en maar liefst 50% minder dan 50 euro. Dit is een interessante bevinding aangezien er dit jaar veel meer mensen aangaven naar een café of restaurant gegaan te zijn in vergelijking met vorig jaar (66% dit jaar, 49% in 2022). Een mogelijke verklaring voor het feit dat er minder uitgegeven is aan eten en drinken is dat mensen vaak aangaven dat ze het eten en drinken te duur vonden.

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	67 (68%)	12 (12%)	15 (15%)	2 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	98
2	82 (66%)	22 (18%)	11 (9%)	2 (2%)	6 (5%)	1 (1%)	124
3	17 (61%)	5 (18%)	5 (18%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	28
4	14 (61%)	3 (13%)	6 (36%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	23
5	2 (67%)	0 (0%)	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Meer dan 5	5 (71%)	2 (29%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	7
Onbekend	1 (33%)	1 (33%)	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Totaal	188 (66%)	45 (16%)	39 (14%)	5 (2%)	7 (2%)	2 (1%)	286

Tabel 3.8

Van de respondenten geeft 34% aan geld te besteden aan merchandise en/of souvenirs. Dit is een vergelijkbaar percentage als vorig jaar (toen 37% geld uitgaf aan merchandise/souvenirs). De groep die grotere bedragen hieraan besteedt (meer dan 50 euro) zijn vooral de kleinere groepen van 1, 2, 3 of 4 personen.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan (openbaar) vervoer / parkeren in Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	61 (62%)	37 (38%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	98
2	62 (50%)	53 (43%)	6 (5%)	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	123
3	12 (43%)	13 (46%)	3 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	28
4	12 (52%)	9 (39%)	2 (9%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	23
5	1 (33%)	0 (0%)	2 (67%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Meer dan 5	4 (57%)	1 (14%)	0 (0%)	1 (14%)	0 (0%)	1 (14%)	7
Onbekend	1 (33%)	2 (67%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Totaal	153 (54%)	115 (40%)	13 (5%)	3 (1%)	0 (0%)	1 (0%)	285

Tabel 3.9

Dit jaar hebben 46% van de respondenten aangegeven betaald te hebben voor openbaar vervoer of parkeerkosten, wat een heel stuk hoger ligt dan vorig jaar. In 2022, betaalde slechts 7% van de respondenten voor parkeerkosten, en 28% voor openbaar vervoer.

De meeste respondenten van dit jaar (40%) hebben tussen de 1 en 50 euro uitgegeven aan parkeerkosten of openbaar vervoer.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan winkelen in Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	88 (90%)	7 (7%)	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	98
2	103 (83%)	9 (7%)	8 (6%)	2 (2%)	2 (2%)	0 (0%)	124
3	24 (86%)	1 (4%)	2 (7%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	28
4	20 (87%)	2 (9%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	23
5	2 (67%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Meer dan 5	5 (71%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (29%)	7
Onbekend	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Totaal	245 (86%)	19 (7%)	13 (5%)	3 (1%)	2 (1%)	4 (1%)	286

Tabel 3.10

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. Hoewel de verdeling van uitgaven vergelijkbaar is met het voorgaande jaar, valt het op dat mensen dit jaar over het algemeen vaker aangegeven geen geld uitgegeven te hebben aan winkelen. Vorig jaar besteedde 80% 0 euro, waar dat dit jaar 86% bedraagt.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan entertainment / toegangskarten attracties in Zandvoort (in euro)						
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	Totaal
1	89 (91%)	8 (8%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	98
2	104 (84%)	12 (10%)	3 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (4%)	124
3	21 (75%)	3 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (14%)	28
4	12 (52%)	10 (43%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	23
5	1 (33%)	1 (33%)	1 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Meer dan 5	6 (86%)	1 (14%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	7
Onbekend	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Totaal	236 (83%)	35 (12%)	4 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	11 (4%)	286

Tabel 3.11

Het merendeel van de respondenten heeft niks uitgegeven aan attracties of entertainment in Zandvoort (83%). Van degenen die hier wel voor betaald hebben, heeft 12% 1-50 euro uitgegeven, 1% 51-100 euro uitgegeven en 4% meer dan 201 euro uitgegeven. Vaak gebeurde dit in kleinere groepen.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan overnachting in Zandvoort per nacht (in euro)						
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	Totaal
1	82 (85%)	1 (1%)	2 (2%)	5 (5%)	2 (2%)	5 (5%)	97
2	98 (79%)	2 (2%)	1 (1%)	3 (2%)	3 (2%)	17 (14%)	124
3	21 (75%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (7%)	2 (7%)	3 (11%)	28
4	18 (78%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	1 (4%)	3 (13%)	23
5	2 (67%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (33%)	3
Meer dan 5	6 (86%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (14%)	7
Onbekend	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Totaal	230 (81%)	3 (1%)	4 (1%)	10 (4%)	8 (3%)	30 (11%)	285

Tabel 3.12

Van de respondenten geeft 19% 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	93 (96%)	3 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	97
2	119 (96%)	3 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	124
3	25 (89%)	2 (7%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	28
4	21 (91%)	2 (9%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	23
5	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3
Meer dan 5	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	7
Onbekend	2 (67%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (33%)	3
Totaal	270 (95%)	10 (4%)	1 (0%)	2 (1%)	0 (0%)	2 (1%)	285

Tabel 3.13

5% van de respondenten heeft uitgaven gedaan aan overige zaken.

3.7 Beleving

Stelling	(Zeer) mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Zeer mee eens
Het dorp ademt Formule 1	1 (0%)	6 (2%)	12 (4%)	129 (45%)	138 (48%)
De Formule 1 past bij Zandvoort	2 (1%)	6 (2%)	30 (11%)	146 (51%)	102 (36%)
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort	1 (0%)	3 (1%)	5 (2%)	123 (43%)	154 (54%)
Ik voel me veilig in Zandvoort	0 (0%)	3 (1%)	12 (4%)	158 (55%)	113 (40%)
Ik voel me welkom in Zandvoort	0 (0%)	3 (1%)	14 (5%)	144 (50%)	125 (44%)
Er is vandaag genoeg te doen voor jong en oud	1 (0%)	12 (4%)	69 (24%)	146 (51%)	58 (20%)
Door de georganiseerde nevenactiviteiten krijg ik zin in de Dutch Grand Prix	5 (2%)	25 (9%)	63 (22%)	126 (44%)	67 (23%)
De informatievoorziening van de nevenactiviteiten is duidelijk	7 (2%)	26 (9%)	73 (26%)	130 (46%)	50 (18%)
De nevenactiviteiten brengen mensen samen	0 (0%)	14 (5%)	60 (21%)	145 (51%)	67 (23%)
De nevenactiviteiten zijn goed bereikbaar	2 (1%)	8 (3%)	51 (18%)	159 (56%)	66 (23%)
Ik heb genoten van mijn bezoek aan Zandvoort	0 (0%)	4 (1%)	10 (3%)	92 (32%)	180 (63%)

Tabel 3.14

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"). De resultaten van dit jaar verschillen nauwelijks van de resultaten van het voorgaande jaar.

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	113	40
Mee eens	112	39
Neutraal	28	10
Mee oneens	8	3
Zeer mee oneens	6	2
Weet niet	19	7

Tabel 3.15

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. Verder geven respondenten aan dat de DGP Zandvoort internationaal op de kaart zet, wat gevolgen heeft op het toerisme, de economie en een goede aandacht in de media. De respondenten die het niet eens zijn met deze stelling geven met name aan dat dit komt door de milieuaspecten, dat er sprake is van geluidsoverlast en dat er 's nachts last is van openbaar dronkenschap. Vergeleken met vorig jaar, hebben dit jaar veel minder bevroegde bezoekers aangegeven het 'oneens' of 'helemaal oneens' te zijn (respectievelijk 8% en 5%)

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	27 (49%)	34 (22%)	14 (25%)	75 (28%)
Groot	14 (25%)	40 (26%)	15 (26%)	69 (26%)
Neutraal	2 (4%)	30 (19%)	6 (11%)	38 (14%)
Klein	8 (15%)	18 (12%)	7 (12%)	33 (12%)
Zeer klein	0 (0%)	20 (13%)	15 (26%)	35 (13%)
Weet niet	4 (7%)	14 (9%)	0 (0%)	18 (7%)
Totaal	55	156	57	268

Tabel 3.16

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 stelliger over, maar ook voor Nederlandse bezoekers buiten de MRA-regio denkt 47% binnen een jaar terug te komen. Zelfs onder de respondenten die in het buitenland wonen, geeft 51% aan dat de kans groot tot zeer groot dat ze binnen een jaar terug te zullen komen in Zandvoort, wat een stuk hoger is dan vorig jaar (2022 = 41%). Een hoop mensen stonden niet open tot het delen van hun postcode. Hierdoor missen er 18 respondenten bij dit item.

3.10 Opmerkingen en suggesties

Een van de meest voorkomende soort opmerkingen ging over de wens voor meer informatievoorziening over de side events. Zulk soort opmerkingen kunnen een reden zijn voor de lage percentages mensen die daadwerkelijk hebben deelgenomen aan de nevenactiviteiten. Een andere veelvoorkomende opmerking was

dat respondenten het eten en drinken veel te duur vonden. Echter, wanneer we kijken naar tabel 3.7 zien we dat de meeste uitgaven gedaan zijn aan eten en drinken. Andere opmerkingen gaven aanbevelingen voor verbeterde strategieën met betrekking tot regen en andere weersomstandigheden, moeite met het vinden van een overnachting en de te hoge kosten voor een slaapplek.

4 Ondernemers

4.1 Basiskenmerken

In totaal hebben 108 ondernemers werkzaam in diverse sectoren de vragenlijst volledig ingevuld. De grootste groep is actief in eet- en drinkgelegenheden (46,3%), de detailhandel (34,3%) en logiesverstrekking (11,1%). Slechts een kleine groep is actief in de verhuur van sport of recreatieve artikelen (2,8%). De overige 5,6% bestaat uit ondernemers die wel verbonden zijn aan toerisme, recreatie of vrijetijd maar niet onder de bovengenoemde categorieën vallen.

56,5% van de respondenten is gevestigd in het centrum van het dorp Zandvoort. 38,8% aan de boulevard of het strand van Zandvoort. Slechts 4,6% van de ondervraagden is gevestigd aan de rand van het dorp of het buitengebied van Zandvoort.

In welke sector is uw bedrijf actief?	N	%
Eet- en drinkgelegenheid	50	46,3%
Logiesverstrekking (hotel/vakantiehuisjes/kampeerterrein)	12	11,1%
Detailhandel	37	34,3%
Verhuur van sport en recreatieve artikelen	3	2,8%
Overig: wel verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd	6	5,6%
Totaal	108	100,0%

Tabel 4.1

Waar in Zandvoort is uw bedrijf gevestigd?	N	%
Aan de boulevard/op het strand MIDDEN of NOORD	21	19,4%
Aan de boulevard/op het strand ZUID	21	19,4%
In het centrum van het dorp	61	56,5%
Aan de rand van het dorp of buitengebied	5	4,6%
Totaal	108	100%

Tabel 4.2

4.2 Aanloop naar DGP

Aan ondernemers is de vraag gesteld of zij voorafgaand aan het evenement (12 – 24 augustus 2023) verschil hebben gemerkt in het aantal bezoekers in hun bedrijf. In tabel 4.3 is te zien dat het merendeel van de ondernemers geen directe stijging of daling zag in het aantal bezoekers (44,4%). 33,3% van de ondernemers geeft daarentegen aan meer drukte te hebben ervaren in aanloop naar het evenement. 21,3% van de ondernemers heeft juist minder drukte ervaren voorafgaand aan het evenement. Deze ondernemers zijn met name in het centrum gevestigd; aan de boulevard en het strand werd daarentegen een grotere of gelijke drukte vermeld.

	Eet en drinkgelegenheden	Logies verstrekking	Detailhandel	Verhuur sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Totaal
Ja, het was drukker dan normaal	20 40%	5 35,7%	6 16,2%	2 66,6%	3 50%	36 33,3%
Ja, het was minder druk dan normaal	8 16%	2 14,2%	11 29,7%	0 0%	2 33,3%	23 21,3%
Nee, het was even druk als normaal	22 44%	5 35,7%	19 51,3%	1 33,3%	1 16,6%	48 44,4%
Weet ik niet meer	0 0%	0 0%	1 2,7%	0 0%	0 0%	1 0,9%
Totaal	50 100%	14 100%	37 100%	3 100%	6 100%	108 100%

Tabel 4.3

Drukke in weken voorafgaand aan DGP	Aan de boulevard/op het strand MIDDEN of 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	7 33,3%	10 47,6%	17 27,9%	2 40,0%	36 33,3%
Ja, het was minder druk dan normaal	3 14,3%	2 9,5%	17 27,9%	1 20,0%	23 21,3%
Nee, het was even druk als normaal	11 52,4%	9 42,9%	26 42,6%	2 40,0%	48 44,4%
Weet ik niet meer	0 0,0%	0 0,0%	1 1,6%	0 0,0%	1 0,9%
Totaal	21 100%	21 100%	61 100%	5 100%	108 100%

Tabel 4.4

Bij 13 (van de 36) ondernemers leidde het toegenomen aantal bezoekers ook tot een stijging van de omzet. Slechts 8 ondernemers hebben schattingen van omzetcijfers gedeeld. Dit liep erg uiteen: waar 4 ondernemers aangaven een omzetzijging tussen de 20 en 40% hebben gehad, gaven de overige 4 stijgingen van 100 tot 1000 procent.

Van de 23 ondernemers die minder drukte hebben ervaren in aanloop naar het raceweekend, gaven 18 ondernemers aan dat ze een omzetzijging hebben ervaren. Slechts 8 ondernemers hebben een schatting gegeven van de daling. Zij rapporteerden 15% tot 50% omzetverlies.

In vergelijking met 2022 vonden meer ondernemers het drukker in aanloop naar de DGP (2022: 27,4% en 2023: 34,9%). Het percentage ondernemers dat het even druk als normaal vond daalde van 63,2% in 2022 naar 43,1% in 2023. Qua omzetzijging is dit jaar in vergelijking met vorig jaar een beperkt aantal grote uitschieters te zien: waar vorig jaar de hoogst gerapporteerde omzetzijging 80% was gaven dit jaar 4 ondernemers aan stijgingen van 100 tot 1000 procent ervaren te hebben.

4.3 Vergelijking raceweekend met regulier weekend

4.3.1 Verschil in omzet

Naast de omzet voorafgaand aan het raceweekend is er ook gevraagd naar de omzet tijdens het raceweekend. Hierbij is gekeken naar de omzet tijdens het raceweekend in vergelijking met de omzet van een regulier weekend met vergelijkbaar weer. Hierin geeft 38,9% van de ondernemers aan meer omzet te hebben behaald tijdens het raceweekend dan in een regulier weekend met hetzelfde weer. Bijna hetzelfde percentage ondernemers (38,0%) geeft aan juist minder omzet te hebben behaald terwijl 23,1% een gelijke omzet heeft behaald tijdens het raceweekend.

De omzetstijging en omzetzijging loopt erg uiteen: van 5% tot 200% omzetstijging en tussen de 10% en 100% omzetzijging. In tabel 4.6 is de omzetstijging te zien en in tabel 4.7 de omzetzijging.

Het is opvallend dat de detailhandel primair aangeeft minder omzet te hebben behaald tijdens het raceweekend. Terwijl de horeca juist vaker aangeeft meer omzet te hebben behaald. Dit is consistent met de resultaten van 2021 en 2022.

	Eet- en drinkgelegenheid	Logies Verstreking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Totaal
Meer omzet behaald	24 48%	10 83,3%	5 13,5%	1 33,3%	2 33,3%	42 38,9%
Gelijke omzet behaald	15 30%	1 8,3%	8 21,6%	1 33,3%	0 0,0%	25 23,1%
Minder omzet behaald	11 22%	1 8,3%	24 64,9%	1 33,3%	4 66,7%	41 38,0%
Totaal	50 100%	12 100%	37 100%	3 100%	6 100%	108 100%

Tabel 4.5

In tabel 4.5 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 vaker aangeven meer omzet behaald te hebben. Bijna de helft van de ondernemers in eet-en drinkgelegenheden geeft aan meer omzet behaald te hebben; daarentegen geven met name detailhandel en overige bedrijven aan minder omzet behaald te hebben. In tabel 4.6 is de behaalde omzet uitgesplitst naar de plek waar de onderneming in Zandvoort gevestigd is. Waar in 2022 ondernemers aan de boulevard/strand Zuid relatief vaker aangaven omzetverlies te hebben ervaren is dit beeld in 2023 veranderd: nu geven zij vaker aan juist meer omzet gegeneerd te hebben.

	Aan de boulevard/op het strand MIDDEN of 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	5 23,8%	12 57,1%	22 36,1%	3 60,0%	42 38,9%
Gelijke omzet	6 28,6%	6 28,6%	13 21,3%	0 0,0%	25 23,1%
Minder omzet	10 47,6%	3 14,3%	26 42,6%	2 40,0%	41 38,0%
Totaal	21 100%	21 100%	61 100%	5 100%	108 100%

Tabel 4.6

% Omzetstijging	N	%
1-20%	9	26,4%
21-40%	11	32,3%
41-60%	4	11,7%
61-80%	2	5,8%
81-100%	4	11,7%
200%	1	2,9
Weet ik niet	3	8,8
Totaal	34	100%

Tabel 4.7

% Omzetsdaling	N	%
1-20%	1	4,0%
21- 40%	8	32,0%
41-60%	7	28,0%
61-80%	3	12,0%
81-100%	4	16,0%
Weet ik niet	2	8,0%
Totaal	25	100%

Tabel 4.8

Evenals voorgaande jaren zijn de grootste omzetstijgingen te zien bij eet-en drinkgelegenheden en logiesverstrekkers. De hoogste percentages omzetsdaling zijn afkomstig van de detailhandel. Als ingezoomd wordt op de plek van vestiging van deze ondernemers dan valt op dat in beide groepen (omzetstijging/omzetsdaling) ondernemers in het centrum de grootste groep zijn. Daarnaast valt op dat relatief gezien ondernemers gevestigd aan de boulevard/op het strand Zuid vaker omzetstijging rapporteren en ondernemers gevestigd aan de boulevard/op het strand Midden en Noord relatief vaker omzetsdaling. Een mogelijke verklaring daarvoor zijn enkele verschillen in type bedrijvigheid in beide delen van de boulevard/strand (in Zuid hebben iets meer eet-en drinkgelegenheden deelgenomen, terwijl in Midden/Noord ook detailhandel de enquête heeft ingevuld).

4.3.2 Verschil in kosten

Aan de ondernemers is gevraagd of ze meer, minder of gelijke kosten hebben gemaakt in vergelijking met een normaal weekend met hetzelfde weer. Het merendeel (54,6%) van de ondernemers geeft aan gelijke kosten te hebben gemaakt. 37,0% van de ondernemers heeft meer kosten gemaakt en 8,3% van de ondernemers heeft minder kosten gemaakt. Tabel 4.9 laat zien dat het met name eet-en drink gelegenheden en logiesverstrekkers zijn die aangeven meer kosten gemaakt te hebben. Dit jaar gaven enkele ondernemers uit de detailhandel in het centrum (passage) expliciet aan dicht te zijn geweest tijdens de DGP wegens een gebrek aan (verwachte) klanten.

	Eet-en drink gelegenheid	Logies Verstreking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Totaal
Meer kosten gemaakt	23 46,0%	6 50,0%	7 18,9%	2 66,7%	3 33,3%	40 37,0%
Gelijke kosten gemaakt	24 48,0%	6 50,0%	24 64,9%	1 33,3%	4 66,7%	59 54,6%
Minder kosten gemaakt	3 6,0%	0 0,0%	6 16,2%	0 0,0%	0 0,0%	9 8,3%
Totaal	50 100%	12 100%	37 100%	3 100%	6 100%	108 100%

Tabel 4.9

Meer kosten	N	%
10 %	7	6,4
30%	5	4,6
50%	1	0,9
75%	1	0,9
90%	1	0,9
200%	1	0,9
250%	1	0,9
300%	1	0,9
400%	2	1,8
NVT	89	81,7
Totaal	109	100

Tabel 4.10

Minder kosten	N	%
0%	1	0,9
5%	1	0,9
20%	1	0,9
NVT	106	97,2
Totaal	109	100

Tabel 4.11

4.3.3 Verschil in personeel

Vervolgens is de vraag gesteld of de ondernemers meer of minder personeel, in vergelijking met een regulier weekend met hetzelfde weer, hebben ingezet tijdens het raceweekend

	Eet-en drink gelegenheid	Logies Verstreking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Totaal
Meer personeel ingezet	29 58,0%	7 58,3%	8 21,6%	1 33,3%	1 16,7%	46 42,6%
Gelijke hoeveelheid personeel ingezet	19 38,0%	5 41,7%	19 51,4%	1 33,3%	4 66,7%	48 44,4%
Minder personeel ingezet	2 4,0%	0 0,0%	10 27,0%	1 33,3%	1 16,7%	14 13,0%
Totaal	50 100%	12 100%	37 100%	3 99,9%	6 100%	108 100%

Tabel 4.12

44,4% van de ondernemers geeft aan het gelijke aantal fte's in te hebben gezet. 42,6% van de ondernemers geeft aan meer personeel te hebben ingezet. Met name de eet- en drinkgelegenheden hebben meer personeel ingezet dan tijdens een regulier weekend. Ten opzichte van eerdere jaren is het percentage ondernemers uit de detailhandel dat aangeeft meer personeel te hebben ingezet gedaald (2021: 47,1%, 2022: 41,7% tegenover 21,6% in 2023).

De fte inzet wisselde van 0,7 tot 20 fte extra personeel.

Meer personeel ingezet (in FTE)	N	%
0-2	15	34,1
3-5	14	31,8
6-8	6	13,6
9-11	4	9,1
12-14	1	2,2
15 of meer	3	6,8
Weet niet	2	4,5
Totaal	44	100%

Tabel 4.13

Minder personeel ingezet (in FTE)	N	%
1	5	35,7
2	3	21,4
4	1	7,1
5	1	7,1
6	1	7,1
Weet niet/onjuist ingevuld	3	21,4
Totaal	14	100%

Tabel 4.14

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. Bij de detailhandel is te zien dat minder omzet veelal gepaard ging met gelijke kosten en gelijke personeelsinzet.

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 vijf antwoordopties: helemaal mee oneens, mee oneens, neutraal, mee eens en helemaal mee eens.

4.4.1 Informatievoorziening

Aan de ondernemers is gevraagd of zij voorafgaand aan het evenement goed geïnformeerd zijn over de Dutch Grand Prix en de side events. De meeste ondernemers zijn het hier mee eens (34,3%) en 28,7% geeft aan het helemaal eens mee te zijn. Slechts 2,8% is het hier helemaal niet mee eens en 12,0% is het hier mee oneens. In vergelijking met 2021 en 2022 is het opvallend dat de cijfers ongeveer hetzelfde blijven.

Voraf goed geïnformeerd over evenement	N	%
Helemaal mee oneens	3	2,8
Mee oneens	13	12,0
Neutraal	19	17,6
Mee eens	37	34,3
Helemaal mee eens	31	28,7
Weet ik niet / geen mening	5	4,6
Totaal	108	100

Tabel 4.15

4.4.2 Gevoelens van veiligheid

Op de stelling: "Ik of mijn personeel heeft zich onveilig gevoeld tijdens het evenement", geeft 80,6% van de ondernemers aan dat zij het hier mee helemaal oneens of oneens zijn. Dit percentage is vergelijkbaar met 2022 (80,2%), maar verschilt van 2021 (92,4% van de ondernemers was het toen oneens of helemaal oneens met deze stelling).

Gevoel van onveiligheid tijdens evenement	N	%
Helemaal mee oneens	58	53,7
Mee oneens	29	26,9
Neutraal	9	8,3
Mee eens	8	7,4
Helemaal mee eens	0	0
Weet ik niet / geen mening	4	3,7
Totaal	108	100

Tabel 4.16

4.4.3 Ervaren hinder of overlast

Slechts 3,7% van de ondernemers is het helemaal eens met de stelling: "Ik heb als ondernemer overlast ervaren door het evenement". 20,4% is het eens met deze stelling. Maar liefst 52,8% van de ondernemers is het helemaal oneens of oneens met deze stelling. Ten opzichte van 2022 is het percentage ondernemers dat aangeeft overlast te hebben ervaren licht afgenomen (in 2022 was 31,2% het eens of helemaal eens met de stelling, in 2023 is dit percentage gedaald naar 24,1).

De ondernemers die het eens of helemaal eens zijn met deze stelling zijn voornamelijk gevestigd in het centrum van het dorp.

Overlast ervaren door evenement	N	%
Helemaal mee oneens	22	20,4
Mee oneens	35	32,4
Neutraal	23	21,3
Mee eens	22	20,4
Helemaal mee eens	4	3,7
Weet ik niet / geen mening	2	1,9
Totaal	108	100

Tabel 4.17

4.4.4 Gevoelens van trots

Ondernemers zijn positief over de bijdrage van de Dutch Grand Prix aan het dorp Zandvoort. Slechts 2,8% van de respondenten is het oneens met de stelling. Maar liefst 92,6% van de ondernemers is het eens of helemaal eens met de stelling dat de DGP echt iets toevoegt aan het dorp. Dit is een kleine stijging ten opzichte van 2022 (91,5%).

DGP voegt echt iets toe aan het dorp	N	%
Helemaal mee oneens	0	0
Mee oneens	3	2,8
Neutraal	3	2,8
Mee eens	34	31,5
Helemaal mee eens	66	61,1
Weet ik niet / geen mening	2	1,9
Totaal	108	100

Tabel 4.18

88,9% is het helemaal eens of eens met de stelling: "Een evenement als de Dutch Grand Prix past bij Zandvoort". De ondernemers die het oneens zijn met deze stelling zijn eet- en drinkgelegenheden aan boulevard Noord/Midden.

Ondernemers vinden de DGP bij Zandvoort passen: het percentage dat het eens of volledig eens is met de stelling is voor het tweede jaar op een rij gestegen: in 2021 was dit 68,4%, in 2022 84,9% en in 2023 dus 88,9%.

DGP past bij Zandvoort	N	%
Helemaal mee oneens	0	0
Mee oneens	4	3,7
Neutraal	7	6,5
Mee eens	23	21,3
Helemaal mee eens	73	67,6
Weet ik niet / geen mening	1	0,9
Totaal	108	100

Tabel 4.19

4.4.5 Aankleding en duurzaamheid

Via Zandvoort Marketing kunnen ondernemers pakketten kopen met aankleding voor hun onderneming. Op de stelling: "Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in F1-sferen aan te kleden" is wisselend gereageerd. Waar 44,4% het eens of helemaal eens is met deze stelling, antwoordt 27,8% neutraal. Deze percentages verschillen weinig met de resultaten van voorgaande jaren.

Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in F1 sferen aan te kleden	N	%
Helemaal mee oneens	6	5,6
Mee oneens	18	16,7
Neutraal	30	27,8
Mee eens	32	29,6
Helemaal mee eens	16	14,8
Weet ik niet / geen mening	6	5,6
Totaal	108	100

Tabel 4.20

Op de vraag of ondernemers er rekening mee houden dat het evenement zo duurzaam mogelijk verloopt, antwoordt 13,0% helemaal mee oneens of mee oneens. 34,3% van de ondernemers houdt (veel) rekening met het feit dat het evenement zo duurzaam mogelijk plaats moet vinden. Meer dan de helft van de respondenten (52,7%) heeft geen mening over of staat neutraal in deze stelling. Tijdens het enquêteren bleek dat ondernemers het gehele jaar door op hun eigen manier bezig zijn met duurzaamheid en dat ze tijdens het raceweekend niks anders doen om de onderneming of activiteiten nog duurzamer te maken. De resultaten van 2023 zijn vergelijkbaar met die van 2021 en 2022.

Ik houd rekening dat mijn uitingen zo duurzaam mogelijk zijn	N	%
Helemaal mee oneens	7	6,5
Mee oneens	7	6,5
Neutraal	44	40,7
Mee eens	22	20,4
Helemaal mee eens	15	13,9
Weet ik niet / geen mening	13	12,0
Totaal	108	100

Tabel 4.21

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 4.22 geeft inzicht in de antwoorden op deze stelling uitgesplitst naar type bedrijvigheid.

Toegevoegde waarde DGP voor bedrijf	Eet en drinkgelegenheden	Logies verstrekking	Detailhandel	Verhuur sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Totaal
Helemaal mee oneens	2 4,0%	0 0,0%	8 21,6%	0 0%	1 16,7%	11 10,2%
Mee oneens	7 14,0%	0 0,0%	9 24,3%	1 33,3%	1 16,7%	18 16,7%
Neutraal	4 8,0%	1 8,3%	5 13,5%	1 33,3%	2 33,3%	13 12,0%
Mee eens	19 38,0%	4 33,3%	10 27,0%	1 33,3%	2 33,3%	36 33,3%
Helemaal mee eens	17 34,0%	7 58,3%	5 13,5%	0 0,0%	0 0,0%	29 26,9%
Weet ik niet/ geen mening	1 2,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 0,9%
Totaal	50 100%	12 100%	37 100%	3 100%	6 100%	108 100%

Tabel 4.22

In tabel 4.22 is te lezen dat het merendeel (60,2%) van de respondenten vindt dat de Dutch Grand Prix van toegevoegde waarde is voor de onderneming. Dit is een vergelijkbaar percentage met vorig jaar. Vooral ondernemers met een eet- of drinkgelegenheid en logiesverstrekkers vinden dat de DGP van toegevoegde waarde is voor hun bedrijf. De ondernemers in de detailhandel zijn het vaker oneens of helemaal oneens met de stelling.

Er is een viertal vragen gesteld die beantwoord werden met een rapportcijfer: aantal bezoekers in bedrijf, gegeneerde omzet, motivatie personeel en sfeer in bedrijf. In deze vier vragen komt ook duidelijk naar voren in hoeverre de Dutch Grand Prix van toegevoegde waarde is geweest voor een ondernemer.

Rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aantal bezoekers in bedrijf	9 8,3%	4 3,7%	11 10,2%	4 3,7%	9 8,3%	15 13,9%	14 13,0%	22 20,4%	9 8,3%	11 10,2%
Gegeneerde omzet	9 8,3%	4 3,7%	10 9,3%	8 7,4%	12 11,1%	12 11,1%	14 13,0%	24 22,2%	4 3,7%	11 10,2%
Motivatie personeel	3 2,8%	0 0%	1 0,9%	3 2,8%	6 5,6%	13 12,0%	11 10,2%	24 22,2%	17 15,7%	30 27,8%
Sfeer in bedrijf	1 0,9%	0 0%	2 1,9%	3 2,8%	2 1,9%	5 4,6%	10 9,3%	32 29,6%	21 19,4%	32 29,6%

Tabel 4.23

Het gemiddelde rapportcijfer dat ondernemers geven aan het aantal bezoekers tijdens het raceweekend is een 6,2 (in 2022 was dit een 6,7 en in 2021 een 6,1). Een derde van de ondernemers (34,3%) heeft een 5 of lager gegeven voor het aantal bezoekers, dit zijn met name ondernemers uit de detailhandel gevestigd in het centrum van het dorp. De tien worden gegeven door vijf eet- en drinkgelegenheden, vijf logiesverstrekkers en een overig bedrijf.

Het gemiddelde rapportcijfer dat ondernemers geven aan de gegeneerde omzet is een 6,0. Dit is ruim een half punt lager dan de 6,7 die in 2022 werd gegeven, maar vergelijkbaar met de 6,1 uit 2021. 39,8% van de ondernemers heeft deze vraag met een 5 of lager beoordeeld. Van de ondernemers die de gegeneerde omzet als onvoldoende beschouwen, is 54,8% afkomstig uit de detailhandel in het centrum van het dorp. De tien die worden gegeven komen ook bij deze vraag vooral van eet- en drinkgelegenheden en logiesverstrekkers.

De motivatie van het personeel wordt beoordeeld met een gemiddelde van een 7,9. Een 10 is het meest gegeven cijfer voor deze vraag. De sfeer in het bedrijf wordt beoordeeld met een gemiddeld cijfer van 8,3. Deze cijfers komen overeen met de cijfers van 2021 en 2022.

4.4.7 Sfeer in dorp

Aan de ondernemers is gevraagd welk rapportcijfer zij geven aan de sfeer en de aankleding in het dorp tijdens het raceweekend.

Rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sfeer in het dorp	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	2 1,9%	3 2,8%	8 7,4%	22 20,4%	31 28,7%	42 38,9%
Aankleding van het dorp	1 0,9%	0 0%	1 0,9%	1 0,9%	2 1,9%	9 8,3%	9 8,3%	37 34,3%	25 23,1%	23 21,3%

Tabel 4.24

De sfeer in het dorp wordt door ondernemers beoordeeld met een gemiddelde van een 8,9. Dit is hoger dan de 8,4 die in 2022 gemiddeld gegeven werd en iets hoger dan de 8,7 die in 2021 gegeven werd. Het meest gegeven cijfer is een 10. De aankleding wordt beoordeeld met een gemiddelde van 8,2. Het cijfer dat het meest gegeven is voor de aankleding van het dorp is net als afgelopen twee jaar een 8.

4.5 Zandvoort Beyond en side events

Het side events programma is dit jaar omgedoopt tot het Zandvoort Racefestival. De organisatie 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 en de organisatie daarvan ervaren hebben:

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

Zandvoort Beyond maakt het makkelijk mee te doen aan side events	N	%
Helemaal mee oneens	9	8,3%
Mee oneens	11	10,2%
Neutraal	28	25,9%
Mee eens	25	23,1%
Helemaal mee eens	12	11,1%
Weet ik niet / geen mening	23	21,3%
Totaal	108	100%

Tabel 4.25

Uit tabel 4.25 blijkt dat 34,2% van de ondernemers aan geeft dat ze het eens of helemaal eens zijn met de stelling dat Zandvoort Beyond het ondernemers makkelijk maakt mee te doen aan side events. Dit is een stijging ten opzichte van 2022, waarin 26,6% aangaf het met deze stelling (helemaal) eens te zijn. Desalniettemin lijkt het erop dat nog steeds een aantal ondernemers niet bekend is met Zandvoort Beyond.

Het Zandvoort Racefestival draagt bij aan de sfeer in het dorp	N	%
Helemaal mee oneens	0	0%
Mee oneens	3	2,8%
Neutraal	7	6,5%
Mee eens	36	33,3%
Helemaal mee eens	48	44,4%
Weet niet/geen mening	14	13,0%
Totaal	108	100%

Tabel 4.26

77,7% van de ondernemers geeft aan dat het Zandvoort Racefestival bijdraagt aan de sfeer in het dorp. Het percentage ondernemers dat het helemaal eens is met de stelling (45% in 2023) is ten opzichte van 2022 (23,6%) flink gestegen.

Het Zandvoort Racefestival levert mijn bedrijf extra bezoekers op	N	%
Helemaal mee oneens	14	13,0%
Mee oneens	29	26,8%
Neutraal	12	11,1%
Mee eens	22	20,4%
Helemaal mee eens	18	16,6%
Weet niet/geen mening	13	12,0%
Totaal	108	100%

Tabel 4.27

Het percentage ondernemers dat het (volledig) oneens is met de stelling (39,8%), is dit jaar nagenoeg even groot als het percentage ondernemers dat het (volledig) eens is met de stelling (37,0%). Als ingezoomd wordt op sector en locatie dan valt op dat relatief gezien ondernemers gevestigd aan boulevard/strand Midden en Noord het vaker (helemaal) oneens zijn met de stelling (61,9%) ten opzichte van ondernemers die gevestigd zijn aan de boulevard/strand Zuid (35,0%) of in het centrum (34,5%). Bij de sectoren is met name de detailhandel het relatief vaker (helemaal) oneens met de stelling (56,7% tegenover 32,0% van de eet en drinkgelegenheden en 18,2% van de logiesverstrekkers).

In vergelijking met voorgaande jaren is er een stijgende lijn te zien in het aantal ondernemers dat van mening is dat het side events programma leidt tot extra bezoekers aan het eigen bedrijf.

De samenwerking met Zandvoort Beyond ervaar ik als positief	N	%
Helemaal mee oneens	4	3,7%
Mee oneens	5	4,6%
Neutraal	29	27,1%
Mee eens	26	26,8%
Helemaal mee eens	19	17,6%
Weet ik niet / geen mening	25	23,1%
Totaal	108	100%

Tabel 4.28

Ook al antwoordt de helft van de ondernemers met neutraal (27,1%) of geen mening (23,1%) op deze stelling, het aantal ondernemers dat positief reageert op deze stelling is ten opzichte van vorig jaar sterk gestegen. Dit jaar geeft 44,4% aan het met de stelling eens of helemaal eens te zijn ten opzichte van 26,2% vorig jaar. De bekendheid van Zandvoort Beyond lijkt iets verbeterd te zijn.

Zandvoort Beyond is goed bereikbaar voor ideeën, vragen en suggesties	N	%
Helemaal mee oneens	4	3,7%
Mee oneens	6	5,6%
Neutraal	24	22,2%
Mee eens	25	23,1%
Helemaal mee eens	12	11,1%
Weet ik niet / geen mening	37	34,2%
Totaal	108	100%

Tabel 4.29

Ook uit de antwoorden op deze stelling is te zien dat Zandvoort Beyond bekender is geworden onder ondernemers. Waar in 2022 23,6% van de ondernemers het eens of helemaal eens was met de stelling is dit jaar het percentage gegroeid naar 34,2%.

Er is gevraagd of de ondernemers in de toekomst betrokken willen zijn bij de organisatie van side events. Daar reageert 52,8% van de ondernemers positief op. Dit is aanzienlijk meer dan in 2022 toen op dezelfde vraag 32,1% positief reageerde. Ongeveer een derde van de ondernemers wil niet betrokken worden bij de organisatie van side events. Bij iedere categorie is er welwillendheid om betrokken te worden. Eet en drinkgelegenheden geven relatief vaker aan betrokken te willen zijn bij side events, zoals tabel 4.30 laat zien.

Welwillendheid betrokkenheid side events 2024	Eet en drinkgelegenheden	Logiesvers trekking	detailhandel	Verhuur van sportrecreatie	Overig: wel verbonden aan toerisme	Totaal
Ja, omdat...	30 60,0%	5 41,7%	17 45,9%	1 33,3%	4 66,7%	57 52,8%
Nee, omdat...	11 22,0%	6 50,0%	15 40,5%	1 33,3%	2 33,3%	35 32,4%
Misschien, omdat...	9 18,0%	1 8,3%	5 13,5%	1 33,3%	0 0,0%	16 14,8%
Totaal	50 100%	12 100%	37 100%	3 100%	6 100%	108 100%

Tabel 4.30

In vergelijking met vorig jaar worden er meer gevarieerde redenen opgegeven om betrokken te willen zijn. Naast de gebruikelijke gedachte dat betrokkenheid kan leiden tot meer klanten, meer omzet en een grotere naamsbekendheid worden ook genoemd: 'willen bijdragen aan de sfeer', 'leuk om te doen', en 'dit jaar ook deelgenomen'. Voor enkele ondernemers is de wens ingegeven om inspraak te kunnen hebben bij keuzes omtrent routing van en naar circuit of de specifieke locaties van attracties. Tot slot noemt een ondernemer te willen bijdragen 'omdat niets doen geen optie is.'

Ondernemers die aangegeven hebben niet betrokken te willen zijn bij side events geven aan daar geen behoefte aan te hebben, geen toegevoegde waarde te zien, de eigen locatie niet geschikt achten voor side events, de (dgp) doelgroep niet interessant te vinden of genoeg te hebben aan de eigen onderneming.

Ondernemers die aangegeven hebben misschien betrokken te willen zijn, geven als toelichting dat ze er 'nog niet over nagedacht hebben', 'geen antwoord kunnen geven omdat ze niet de eigenaar van het bedrijf zijn', of dat 'de keuze afhankelijk is van andere factoren zoals voldoende personeel, wel/geen afhuur, extra bezoekers'.

Indien de welwillendheid om betrokken te zijn bij side events uitgesplitst wordt naar locatie van de ondernemers dan is het volgende beeld te zien (tabel 4.31):

Welwillendheid betrokkenheid side events 2024	Aan de boulevard/ op het strand MIDDEN of NOORD	Aan de boulevard/ op het strand ZUID	In het centrum van het dorp	Aan de rand van het dorp of het buiten gebied	Totaal
Ja, omdat...	10 47,6%	13 61,9%	33 54,1%	1 20,0%	57 52,8%
Nee, omdat...	6 28,6%	3 14,3%	23 37,7%	3 60,0%	35 32,4%
Misschien, omdat...	5 23,8%	5 23,8%	5 8,2%	1 20,0%	16 14,8%
Totaal	21 100%	21 100%	61 100%	5 100%	108 100%

Tabel 4.31

Er is te zien dat over beide delen van de boulevard en in het centrum er welwillendheid is betrokken te zijn bij side events. Daarbij valt op dat met name ondernemers gevestigd aan de boulevard/op het strand zuid aangeven betrokken te willen zijn.

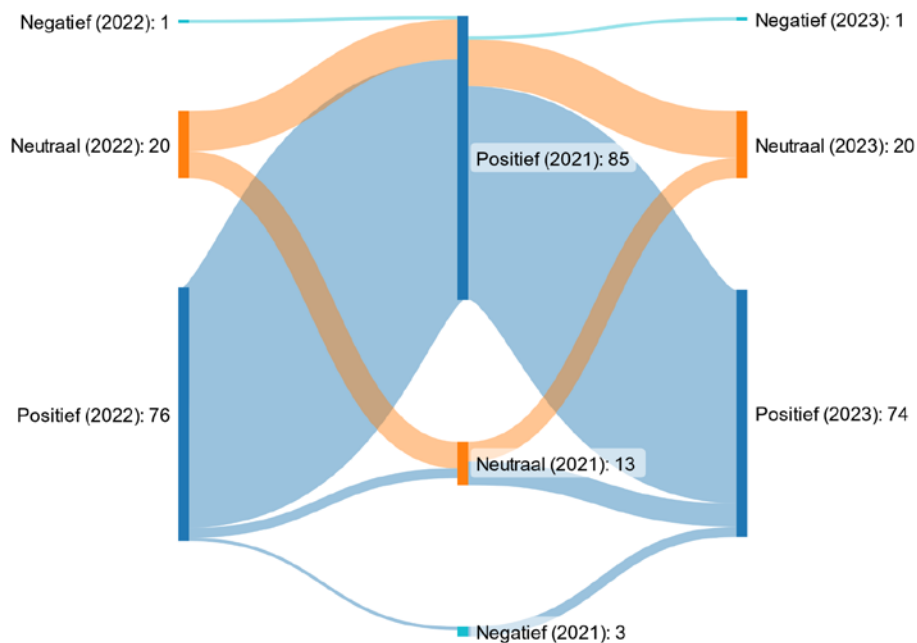
4.6 Gevoel DGP door de tijd heen

Omdat het dit jaar de derde keer is dat we de ervaringen van ondernemers met de DGP onderzoeken zijn ondernemers gevraagd terug te blikken op de afgelopen drie edities. Is het gevoel over het evenement de afgelopen drie jaar veranderd? Ondernemers zijn gevraagd per editie de antwoordcategorie aan te kruisen die hun gevoel over de editie het beste weergeeft.

Gevoel	Totaal		
	2021	2022	2023
Zeer negatief gevoel	0.0%	0.9%	0.0%
Negatief gevoel	0.9%	0.0%	3.7%
Neutraal gevoel	19.4%	10.2%	13.0%
Positief gevoel	47.2%	56.5%	48.1%
Zeer positief gevoel	24.1%	25.0%	29.6%
Ik weet het niet / geen mening	8.3%	7.4%	5.6%
Totaal	108	108	108

Tabel 4.32

Algemeen genomen lijkt de stemming onder de respondenten over de drie jaar te verbeteren, met minder negatieve en neutrale gevoelens en een toename in positieve en zeer positieve gevoelens.



In het Sankey-diagram zijn enkel respondenten meegenomen waarvan we informatie over al de drie jaren hebben. Het laat een overwegend positief sentiment zien over de drie jaren. Het beeld is ietwat ambigu omdat er een groep ondernemers is die ten opzichte van 2021 van positief naar neutraal is gegaan en een kleinere groep die juist van een neutraal gevoel naar een positief gevoel is gegaan in 2022 en 2023. Het kleine groepje dat in 2021 nog negatieve sentimenten koesterde is positief geworden over de jaren heen.

4.7 Rapportcijfer DGP

Ondernemers zijn gevraagd om aan het evenement Dutch Grand Prix 2023 een rapportcijfer te geven. Tabel 4.33 laat zien dat 80 ondernemers (74,0%) de DGP een cijfer van een 8 of hoger geven. Het gemiddelde cijfer dit jaar is een 8,1. In 2022 was dit een 8,3 en in 2021 een 7,9.

Welk rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan het evenement Dutch Grand Prix 2023?	N	%
1	1	0,9%
2	0	0%
3	1	0,9%
4	0	0%
5	2	1,9%
6	4	3,7%
7	20	18,5%
8	42	38,9%
9	23	21,3%
10	15	13,9%
Totaal	108	100
Gemiddelde	8,1	

Tabel 4.33

4.8 Opmerkingen/verbeterpunten

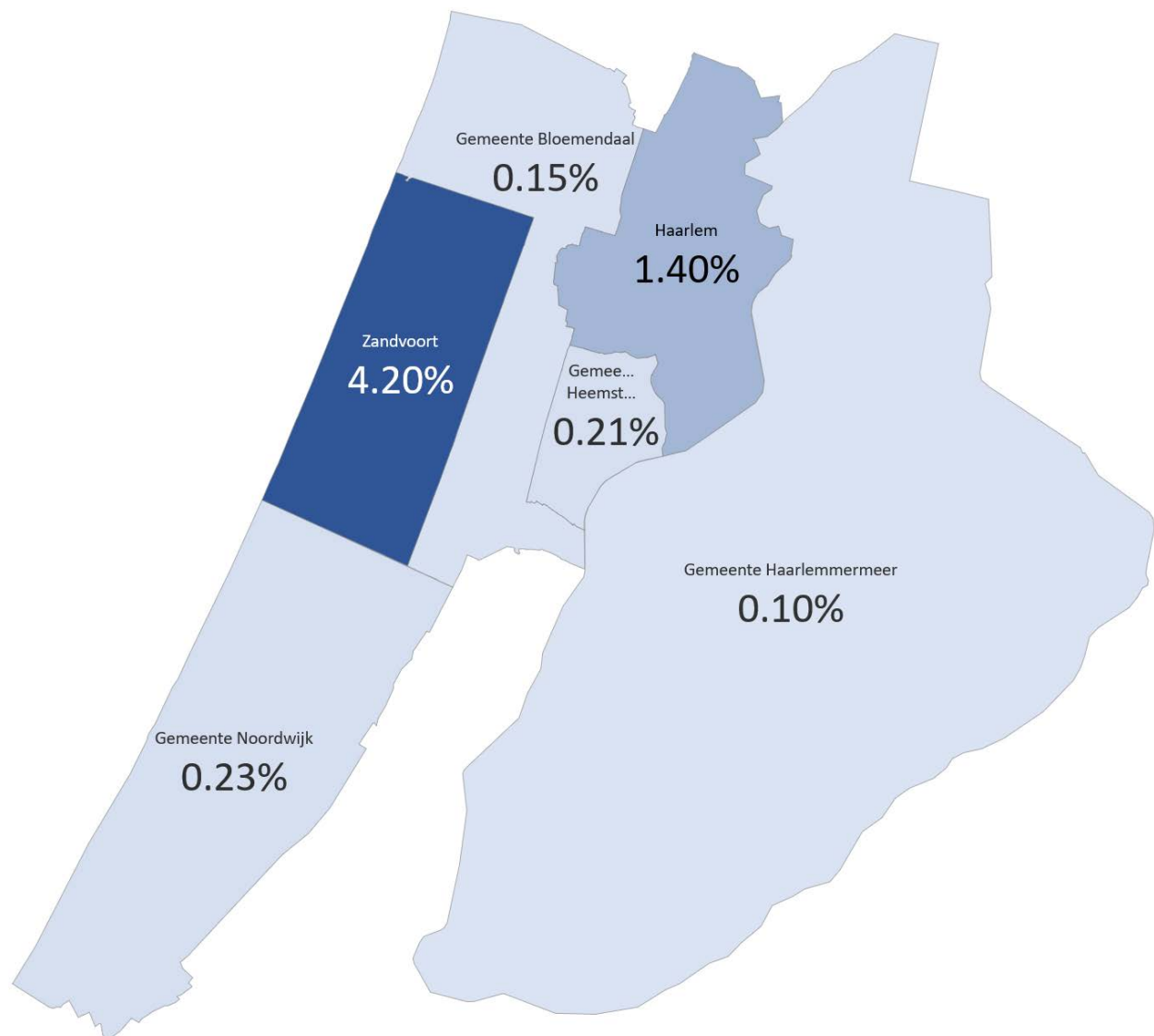
Bij de laatste vraag van de enquête konden ondernemers suggesties geven voor de organisatie van de Dutch Grand Prix of aan Zandvoort Beyond. Naast complimenten voor de organisatie, zijn de volgende verbeterpunten naar voren gekomen:

- **Alcoholverbod opheffen in supermarkten:** Het alcoholverbod voor de detailhandel creëert volgens ondernemers in de detailhandel oneerlijke concurrentie met de horeca. Handhaving van het alcoholverbod was lastig. De ondernemers die alcohol verkopen in hun winkel vragen om een tegemoetkoming wat betreft omzetsderving en beveiliging in de winkel.
- **Meer damestoiletten:** Een aantal ondernemers gaf aan dat er voor mannen genoeg toiletten zijn, maar dat er voor vrouwen onvoldoende toiletten zijn. Dit leidde tot lange wachtrijen en zorgde voor grote drukte (onder andere bij het Kerkplein). Ook de routing richting de toiletten verdient aandacht volgens de ondernemers.
- **Toegang dorp voor bezoekers/parkeerbeleid:** Veel logiesverstrekkers geven aan dat het raceweekend erg ongunstig is qua tijd in het jaar. Drie dagen voor het raceweekend is Zandvoort al voor een deel afgesloten en dit zorgt ervoor dat er dan weinig tot geen bezoekers zijn. Normaal gesproken zouden de logiesverstrekkers in de laatste week van augustus vol zitten en nu zitten ze alleen in het weekend vol. Ze begrijpen echter dat er niks verandert kan worden aan de data van het raceweekend. Ze stellen voor dat de gemeente een mogelijkheid creëert om tot donderdagavond het dorp in te kunnen rijden. Dit zou ervoor zorgen dat ze wel de hele week vol kunnen zitten. Vier logiesverstrekkers hebben aangegeven dat hun bezoekers de auto niet tot en met vrijdag kunnen parkeren waardoor gasten korter zijn gebleven.
- **Routing:** De ondernemers die niet op de route liggen van het station naar de DGP vinden het oneerlijk dat zij veel minder omzet halen dan de ondernemers die wel op de route liggen. Het liefst zouden een aantal van deze ondernemers zien dat de route elk jaar aangepast wordt, zodat iedere onderneming een keer kan profiteren van de vele bezoekers tijdens het raceweekend. Als dit niet kan, zouden ze het fijn vinden als er rekening gehouden kan worden met kleine aanpassingen. Zo stonden in de bocht bij de Jacob van Heemskerkstraat een biertent, McDonalds- en merchandise wagen met hun rug naar de zee toe. Als deze wagens andersom gezet zouden staan (met hun rug naar het station) zou dat de doorstroming naar de boulevard kunnen bevorderen. Ook zouden een aantal ondernemers graag zien dat het einde van de Haltestraat ook nog versierd wordt, zodat bezoekers ook daar komen.
- **Communicatie over toegankelijkheid bedrijven:** Meerdere ondernemers geven aan dat het onduidelijk is waar leveranciers kunnen parkeren en hoe werknemers bij het bedrijf kunnen komen. Ze hopen hier volgend jaar meer informatie over te krijgen.

5 Bewoners Zandvoort en omliggende gemeenten

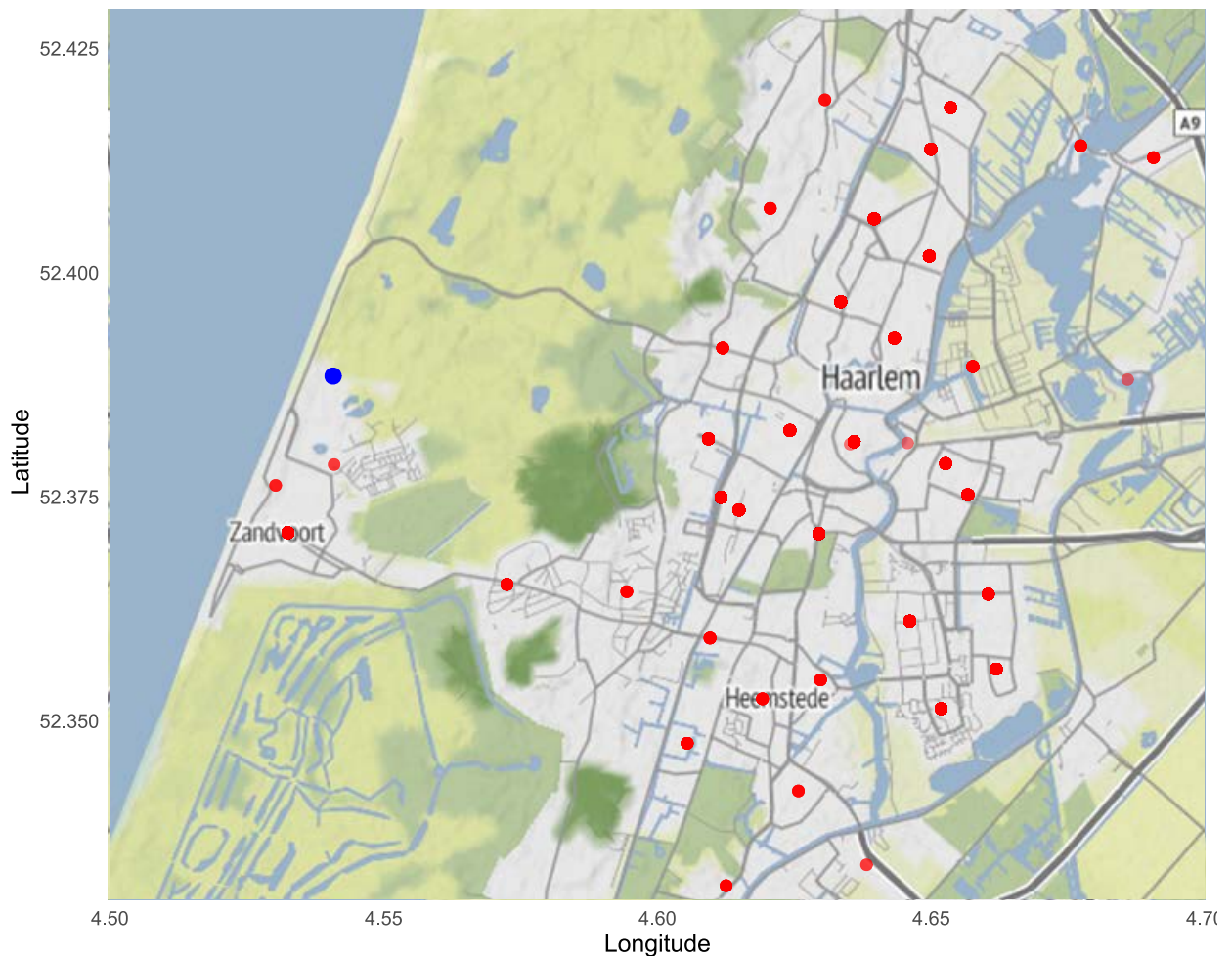
5.1 Basiskenmerken

In totaal hebben 3.419 respondenten uit de gemeenten Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmermeer, Heemstede, Noordwijk en Zandvoort, de vragenlijst voor meer dan 10% ingevuld. Velsen participeert in 2023 niet in de enquête en Noordwijk neemt haar plaats in. De onderstaande figuur 5.1.1 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). Om verschillende redenen zijn de steekproefgroottes in de verschillende gemeenten laag. Hierdoor moeten vergelijkingen met gemeenten waarin relatief weinig respondenten gereageerd hebben, met een korrel zout genomen worden omdat lage aantallen grote verschillen in percentages kunnen veroorzaken en minder representatief zijn voor de gemeente als geheel. Door de relatief grote omvang van respondenten uit Haarlem, oefenen deze resultaten ook grote invloed uit op de totalen die vermeld worden in de tabellen hieronder. De tabellen hieronder bevatten wisselende kolomtotalen. De reden daarvoor is dat niet iedereen alle vragen heeft beantwoord.



Figuur 5.1.1. Relatieve steekproefgrootte in relatie tot het totaal aantal inwoners 15 jaar en ouder.

In figuur 5.1.2 worden de postcodes van respondenten geaggregeerd weergegeven zodat een beeld gevormd kan worden van waar de respondenten gesitueerd zijn ten opzichte van het circuit Zandvoort.



Figuur 5.1.2. Rode punten vertegenwoordigen respondenten op basis van 4-cijferige postcode. Blauwe punt geeft de positie van het circuit van Zandvoort aan.

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. 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 hoger opgeleid dan gemiddeld. Deze steekproefvertekening moet meegenomen worden in de interpretatie van de resultaten hieronder.

	Bloemendaal			Haarlem			Haarlemmermeer			Heemstede			Noordwijk			Zandvoort		
Leeftijd	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%
15 tot 25 jaar	1	2,7%	10,9%	19	0,8%	10,3%	1	0,6%	12,8%	0	0,0%	9,5%	2	2,0%	10,8%	1	0,1%	9,5%
25 tot 45 jaar	2	5,4%	14,6%	334	14,4%	29,4%	33	20,4%	24,1%	8	13,6%	18,2%	27	26,5%	23,2%	65	8,8%	21,0%
45 tot 65 jaar	9	24,3%	29,9%	884	38,1%	26,2%	65	40,1%	29,0%	21	35,6%	27,3%	33	32,4%	28,4%	290	39,4%	30,1%
65 jaar of ouder	19	51,4%	27,3%	875	37,7%	17,4%	21	13,0%	17,5%	23	39,0%	27,4%	18	17,6%	22,9%	329	44,7%	26,8%
Geen antwoord	6	16,2%		210	9,0%		42	25,9%		7	11,9%		22	21,6%		51	6,9%	
Totaal	37			2322			162			59			102			736		
Geslacht	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%
Man	17	45,9%	48,2%	1137	49,0%	49,0%	64	39,5%	49,7%	37	62,7%	47,3%	51	50,0%	50,0%	407	55,3%	48,6%
Vrouw	15	40,5%	51,8%	1010	43,5%	51,0%	56	34,6%	50,3%	15	25,4%	52,7%	28	27,5%	50,0%	284	38,6%	51,4%
Non binair		0,0%		34	1,5%		1	0,6%		1	1,7%		3	2,9%		7	1,0%	
Geen antwoord	5	13,5%		141	6,1%		41	25,3%		6	10,2%		20	19,6%		38	5,2%	
Totaal	37			2322			162			59			102			736		
Opleidingsniveau	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%
Laag	2	5,4%	17,2%	186	8,0%	22,3%	18	11,1%	25,9%	2	3,4%	18,8%	4	3,9%	25,2%	106	14,4%	26,8%
Middel	5	13,5%	27,5%	408	17,6%	34,2%	33	20,4%	43,5%	8	13,6%	28,0%	24	23,5%	42,9%	205	27,9%	38,8%
Hoog	24	64,9%	55,3%	1557	67,1%	43,5%	65	40,1%	30,6%	43	72,9%	53,1%	53	52,0%	32,9%	365	49,6%	34,5%
Anders		0,0%		10	0,4%		2	1,2%			0,0%			0,0%		5	0,7%	
Geen antwoord	6	16,2%		161	6,9%		44	27,2%		6	10,2%		21	20,6%		55	7,5%	
Totaal	37			2322			162			59			102			736		

Opmerkingen. ^a = Note. CBSa = CBS StatLine. (2023, 25 augustus 2022). StatLine - Bevolking; migratieachtergrond, generatie, leeftijd, regio, 1 januari 2023. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/85618NED/table?dl=96D81> (Wij rapporteren enkel over de bevolking van 15 jaar en ouder.)
^p = Note. CBS StatLine. (2022, 23 december 2022). StatLine - Bevolking 15 tot 75 jaar; opleidingsniveau, wijken en buurten, 2021. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/85372NED/table?dl=96D84> (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.

5.2 Bezoek Zandvoort rondom de DGP

Evenals vorig jaar hebben we 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 12 augustus tot en met 27 augustus.

	Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Noordwijk
Nee	16,6%	32,4%	15,8%	22,8%	16,9%	17,6%
Ja, een keer	15,7%	37,8%	14,0%	24,7%	37,3%	17,6%
Ja, meerdere keren	67,3%	29,7%	69,7%	51,9%	45,8%	62,7%
Geen antwoord	0,5%	0,0%	0,5%	0,6%	0,0%	2,0%
Totaal (n)	2682	37	2322	162	59	102

Tabel 5.2.1. Heeft Zandvoort bezocht tussen 12 augustus en 27 augustus.

Uit tabel 5.2.1 valt af te lezen dat het vooral bewoners uit Bloemendaal en Haarlemmermeer zijn die Zandvoort niet hebben bezocht in deze periode. Het zijn bewoners uit Haarlem, Haarlemmermeer en Noordwijk die Zandvoort juist meerdere keren hebben bezocht tijdens deze periode.

Tabel 5.2.2 geeft inzicht in de redenen waarom mensen Zandvoort hebben bezocht in deze periode.

	Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Noordwijk
Bezoek DGP (op het circuit)	6,3%	10,8%	3,8%	25,9%	13,6%	25,5%
Bezoek strand	15,4%	35,1%	15,5%	14,8%	25,4%	2,0%
Winkelen	1,5%	2,7%	1,3%	4,9%	1,7%	0,0%
Proef de sfeer en het plezier van de DGP	6,1%	13,5%	5,2%	14,2%	11,9%	7,8%
Bezoek (neven)activiteiten DGP / bezoek Zandvoort Race Festival	1,7%	2,7%	1,3%	4,9%	3,4%	4,9%
Bezoek familie/vrienden	3,4%	5,4%	3,4%	4,3%	6,8%	1,0%
Bezoek vanwege werk/zaken	1,5%	0,0%	1,6%	1,9%	1,7%	1,0%
Een dagje uit / uitstapje	1,9%	2,7%	1,9%	4,3%	1,7%	0,0%
Andere redenen	7,7%	16,2%	7,7%	5,6%	13,6%	5,9%
Totaal	2682	37	2322	162	59	102

Tabel 5.2.2. Reden van bezoek aan Zandvoort.

Een bezoek aan het strand is zoals andere jaren voor velen wederom de belangrijkste reden Zandvoort te bezoeken. Uitzonderingen hierop zijn Haarlemmermeer en Noordwijk, waar een bezoek aan de DGP juist de belangrijkste reden is. Een bezoek aan de DGP, de sfeer rondom de DGP, en andere redenen 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 5.2.3.

	Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Noordwijk	Zandvoort
Showauto Red Bull	14,3%	0,0%	13,9%	16,1%	9,1%	5,9%	14,8%
Bezoek aan attractieplein met (kermis)attracties	24,2%	16,7%	23,5%	16,1%	18,2%	23,5%	25,0%
Expositie Halve Liters Helden in Zandvoorts Museum	3,4%	16,7%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%
Entertainment / live muziek in het dorp	36,0%	33,3%	25,1%	35,5%	27,3%	23,5%	39,6%
Bezoek aan activiteiten en spelletjes op de boulevard	13,6%	16,7%	15,5%	9,7%	9,1%	35,3%	12,7%
Overig, namelijk:...	8,5%	16,7%	21,4%	22,6%	36,4%	11,8%	3,6%
Totaal	921	6	187	31	11	17	669

Tabel 5.2.3. Welke evenementen/nevenactiviteiten heeft men bezocht.

Het gemis van het reuzenrad was goed te merken dit jaar en dit werd ook een aantal keer opgemerkt in de commentaren. De kermis vond men minder allure hebben.

5.3 Betrokkenheid DGP

5.3.1 Bezoek circuit

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Noordwijk		Zandvoort	
Ja	314	9,2%	6	17,1%	103	4,4%	39	25,7%	9	15,5%	25	25,0%	132	18,0%
Nee	3081	90,8%	29	82,9%	2214	95,6%	113	74,3%	49	84,5%	75	75,0%	601	82,0%
Totaal	3395		35		2317		152		58		100		733	

Tabel 5.3.1 Bezoek circuit tijdens het raceweekend.

Dit jaar staat Zandvoort niet aan de top als het gaat om het relatieve aantal circuitbezoekers, met een percentage van 18,0%. Vorig jaar was dit percentage nog 38,5%. De relatieve daling kan verschillende oorzaken hebben, waaronder een afnemende nieuwigheid, de prijs van kaartjes, de beschikbaarheid ervan, en een voorkeur om de races op TV te volgen. Hier is echter geen onderzoek naar gedaan.

5.3.2 DGP gekeken TV/ Media

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Noordwijk		Zandvoort	
Ja	1779	52,4%	17	48,6%	941	40,6%	109	71,7%	37	63,8%	73	73,0%	602	82,1%
Nee	1616	47,6%	18	51,4%	1376	59,4%	43	28,3%	21	36,2%	27	27,0%	131	17,9%
Totaal	3395		35		2317		152		58		100		733	

Tabel 5.3.2 Heeft een of meerdere wedstrijden via tv gevolgd.

Bewoners uit Zandvoort bekeken relatief vaker dan in andere gemeenten een wedstrijd via TV. Bloemendaal is de enige gemeente waarin de respondenten minder vaak de DGP via TV volgden.

5.3.3 DGP gevolgd via andere media

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Noordwijk		Zandvoort	
Ja	1576	46,4%	18	51,4%	889	38,4%	100	65,8%	29	50,0%	65	65,0%	475	64,8%
Nee	1819	53,6%	17	48,6%	1428	61,6%	52	34,2%	29	50,0%	35	35,0%	258	35,2%
Totaal	3395		35		2317		152		58		100		733	

Tabel 5.3.3 Heeft een of meerdere wedstrijden via andere media gevolgd.

De TV mag dan wel het meest populaire medium zijn om de DGP te volgen, toch moet het volgen van de DGP via andere media dan de TV niet onderschat worden. Veel mensen bekijken, of luisteren, tegenwoordig ook naar de wedstrijd via een mobiel apparaat.

5.3.4 Liefhebber sport

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Noordwijk		Zandvoort	
Totaal niet	137	4,3%	1	3,1%	103	4,7%	0	0,0%	2	3,8%	2	2,4%	29	4,1%
Niet	179	5,6%	1	3,1%	142	6,4%	4	3,3%	1	1,9%	3	3,7%	28	4,0%
Neutraal	545	17,0%	5	15,6%	406	18,4%	13	10,7%	3	5,7%	10	12,2%	108	15,3%
Fan	1333	41,7%	16	50,0%	936	42,5%	53	43,8%	25	47,2%	32	39,0%	271	38,4%
Grote fan	1003	31,4%	9	28,1%	616	28,0%	51	42,1%	22	41,5%	35	42,7%	270	38,2%
Totaal	3197		32		2203		121		53		82		706	

Tabel 5.3.4 Mate waarin men liefhebber van sport is.

Tabel 5.3.4 laat zien dat de meeste respondenten sportliefhebbers zijn.

5.3.5 Liefhebber autosport

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Noordwijk		Zandvoort	
Totaal niet	990	31,0%	15	46,9%	862	39,1%	0	0,0%	15	28,3%	15	18,3%	70	9,9%
Niet	425	13,3%	1	3,1%	342	15,5%	5	4,1%	8	15,1%	9	11,0%	60	8,5%
Neutraal	615	19,2%	5	15,6%	410	18,6%	18	14,9%	11	20,8%	13	15,9%	158	22,4%
Fan	734	23,0%	6	18,8%	414	18,8%	44	36,4%	9	17,0%	30	36,6%	231	32,7%
Grote fan	433	13,5%	5	15,6%	175	7,9%	41	33,9%	10	18,9%	15	18,3%	187	26,5%
Totaal	3197		32		2203		121		53		82		706	

Tabel 5.3.5 Mate waarin men liefhebber van autosport is.

Tabel 5.3.5 laat in vergelijking tot tabel 5.3.4 zien dat er volgens de respondenten meer sporten zijn dan autosport en dat een sportfan niet automatisch een autosportfan is.

5.3.6 Persoonlijk betrokken gevoeld bij DGP

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Noordwijk		Zandvoort	
Totaal niet	1404	43,9%	15	46,9%	1192	54,1%	0	0,0%	20	37,7%	22	26,8%	131	18,6%
Niet	567	17,7%	4	12,5%	401	18,2%	20	16,5%	12	22,6%	15	18,3%	115	16,3%
Neutraal	614	19,2%	5	15,6%	361	16,4%	33	27,3%	8	15,1%	16	19,5%	191	27,1%
Betrokken	409	12,8%	4	12,5%	185	8,4%	21	17,4%	9	17,0%	22	26,8%	168	23,8%
Volledig betrokken	203	6,3%	4	12,5%	64	2,9%	23	19,0%	4	7,5%	7	8,5%	101	14,3%
Totaal	3197		32		2203		121		53		82		706	

Tabel 5.3.6 Mate waarin men zich betrokken heeft gevoeld bij het evenement de DGP.

Tabel 5.3.6 laat zien dat bewoners die dichterbij het circuit wonen zich meer betrokken bij het evenement voelden dan bewoners uit Haarlem.

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 (G in de tabel) van deze zestien stellingen samengevat. Indien het gemiddelde lager dan een 3 is, is men het niet eens met de stelling, daarboven wel. Daarnaast worden ook de standaardafwijkingen (S in de tabel) genoemd, die laten zien of er gemiddeld genomen grote/kleine verschillen bestaan in antwoorden tussen de verschillende respondenten. Een standaardafwijking die richting 2 gaat, kan als groot beschouwd worden. Het gaat immers om een 5-puntschaal.

		Totaal (n = 3077)		Bloemendaal (n = 32)		Haarlem (n = 2071)		Haarlemmermeer (n = 130)		Heerhede (n = 55)		Noordwijk (n = 89)		Zandvoort (n = 700)	
		G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S
1	Ik zal me het evenement bijzonder lang herinneren	3,0	1,5	3,5	1,5	2,6	1,4	3,9	1,4	3,5	1,5	3,6	1,4	3,8	1,2
2	Ik was diep onder de indruk van het evenement	2,8	1,5	3,0	1,7	2,4	1,4	3,7	1,5	3,2	1,6	3,4	1,4	3,7	1,3
3	Ik ben trots op het feit dat dit evenement in mijn regio heeft plaatsgevonden	3,1	1,6	2,6	1,8	2,7	1,6	3,9	1,4	3,2	1,7	3,7	1,5	4,1	1,3
4	Ik vind het volkomen terecht dat topsportevenementen naar mijn regio worden gehaald	3,3	1,5	2,7	1,6	3,0	1,5	4,0	1,3	3,3	1,6	3,8	1,4	4,0	1,2
5	Ik heb genoten van dit evenement	3,0	1,6	2,6	1,8	2,5	1,5	4,0	1,5	3,3	1,7	3,7	1,4	4,0	1,3
6	Ik ben positief verrast door het evenement	2,9	1,5	2,7	1,8	2,5	1,4	3,7	1,5	3,1	1,5	3,6	1,4	3,8	1,3
7	Ik vind het evenement een aanwinst voor mijn regio	3,0	1,6	2,4	1,8	2,6	1,6	3,8	1,5	3,2	1,7	3,7	1,5	4,1	1,3
8	Ik voelde me veilig tijdens het evenement	3,9	1,2	3,9	1,3	3,8	1,2	4,4	1,0	4,3	0,9	4,2	1,1	4,2	1,1
9	Ik ben mijn woonplaats ontvlucht tijdens het evenement	2,1	1,3	2,4	1,5	2,2	1,3	1,6	1,0	1,6	1,1	1,6	1,0	2,0	1,3
10	Ik heb overlast ervaren tijdens het evenement	2,6	1,5	3,1	1,8	2,7	1,5	1,8	1,4	2,6	1,6	1,9	1,3	2,4	1,4
11	Ik heb me behoorlijk gestoord aan het evenement	2,4	1,5	3,0	1,8	2,7	1,6	1,8	1,4	2,5	1,6	1,9	1,3	1,9	1,2
12	Ik was vooraf goed geïnformeerd over het evenement	3,6	1,1	3,6	1,0	3,4	1,1	3,8	1,1	3,9	1,1	3,4	1,1	4,2	1,0
13	Ik vind het evenement de investering waard	2,9	1,6	2,4	1,7	2,5	1,5	3,8	1,5	3,2	1,8	3,4	1,4	3,8	1,3
14	Ik vind het onbegrijpelijk dat delen van het duingebied een week lang niet toegankelijk zijn	3,1	1,6	3,6	1,7	3,3	1,5	2,4	1,5	2,9	1,7	2,4	1,4	2,5	1,5
15	Het evenement gaat in tegen mijn persoonlijke waarden	2,8	1,6	3,4	1,8	3,1	1,6	1,9	1,4	2,8	1,7	2,1	1,4	1,9	1,2
16	Het evenement versterkt mijn vriendschappen in mijn woonplaats	2,4	1,3	2,3	1,3	2,1	1,2	3,0	1,3	2,5	1,3	2,9	1,4	3,3	1,3

Tabel 5.4. Zestien stellingen ten aanzien van de Dutch Grand Prix. G = gemiddelde en S = standaardafwijking.

5.4.1 Informatievoorziening

In tabel 5.4, 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 5.4, stelling 8, dan hebben bewoners zich, evenals vorig jaar, in het algemeen veilig gevoeld. De laagste gerapporteerde score is een 3,8.

5.4.3 Ervaren hinder of overlast

In tabel 5.4, stelling 9, geven weinig respondenten aan hun omgeving te zijn ontvlucht. Ook als het gaat om overlast in tabel 5.4, stelling 10, dan is die relatief mild te noemen. Weinig mensen geven ook aan dat zij zich hebben gestoord aan het evenement in tabel 5.4, stelling 11. Haarlem en Bloemendaal steken hier overigens wat negatiever af dan andere gemeenten.

5.4.4 Gevoelens van trots

Trotsheid op het evenement, zie tabel 5.4, stelling 3, is iets dat overwegend voor Zandvoort en Haarlemmermeer geldt. Het gemiddelde wordt echter gedrukt door Haarlem. De trotse groep, zie stelling 4, vindt het dan ook terecht dat het evenement in de regio plaatsvindt en bestempelt het (na drie jaren nog steeds) als aanwinst (stelling 7).

5.4.5 Beleving

In tabel 5.4 zijn het met name stellingen 1 (herinneren), 2 (indruk), 5 (genieten), en 6 (positief verast zijn) die iets zeggen over de beleving van het evenement. Stelling 13, zegt iets over hoe waardevol men het evenement vindt, wat meer als een impact van de beleving gezien kan worden. Bij Zandvoort zijn deze wederom relatief het hoogst. Ondanks dat de cijfers miniem zijn afgenomen, zijn de resultaten ten opzichte van afgelopen jaar vrijwel gelijk gebleven.

5.5 Positieve effecten

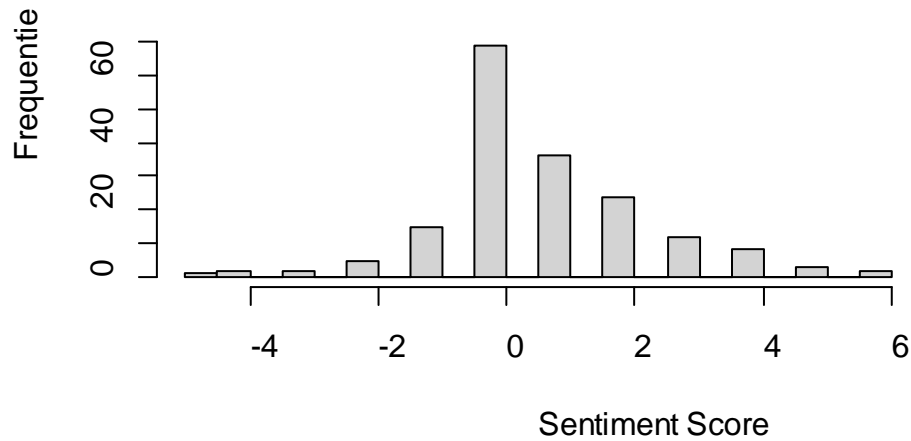
Tabel 5.5.1 biedt een overzicht van het belang dat respondenten hechten aan de positieve effecten van de DGP.

		Totaal (n = 3419)		Bloemendaal (n = 37)		Haarlem (n = 2322)		Haarlemmermeer (n = 162)		Heemstede (n = 59)		Noordwijk (n = 102)		Zandvoort (n = 737)		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	Het evenement levert inkomsten op voor lokale bedrijven/ondernemers	Onbelangrijk	652	19,1	9	24,3	554	23,9	13	8,0	13	22,0	9	8,8	54	7,3
		Neutraal	1001	29,3	12	32,4	774	33,3	28	17,3	20	33,9	20	19,6	147	19,9
		Belangrijk	1614	47,2	11	29,7	917	39,5	87	53,7	23	39,0	55	53,9	521	70,7
		Ontbreekt	152	4,4	5	13,5	77	3,3	34	21,0	3	5,1	18	17,6	15	2,0
2	Het evenement is goed voor de werkgelegenheid	Onbelangrijk	752	22,0	11	29,7	646	27,8	17	10,5	12	20,3	10	9,8	56	7,6
		Neutraal	1108	32,4	10	27,0	820	35,3	30	18,5	21	35,6	26	25,5	201	27,3
		Belangrijk	1412	41,3	12	32,4	782	33,7	81	50,0	24	40,7	49	48,0	464	63,0
		Ontbreekt	147	4,3	4	10,8	74	3,2	34	21,0	2	3,4	17	16,7	16	2,2
3	Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort en de omliggende gemeenten	Onbelangrijk	958	28,0	15	40,5	819	35,3	17	10,5	17	28,8	14	13,7	76	10,3
		Neutraal	760	22,2	8	21,6	590	25,4	26	16,0	13	22,0	13	12,7	110	14,9
		Belangrijk	1552	45,4	10	27,0	835	36,0	85	52,5	27	45,8	59	57,8	536	72,7
		Ontbreekt	149	4,4	4	10,8	78	3,4	34	21,0	2	3,4	16	15,7	15	2,0
4	Het evenement zet Zandvoort en de omliggende gemeenten internationaal op de kaart	Onbelangrijk	1022	29,9	17	45,9	882	38,0	18	11,1	17	28,8	14	13,7	74	10,0
		Neutraal	616	18,0	5	13,5	468	20,2	24	14,8	11	18,6	13	12,7	95	12,9
		Belangrijk	1624	47,5	11	29,7	892	38,4	85	52,5	29	49,2	58	56,9	549	74,5
		Ontbreekt	157	4,6	4	10,8	80	3,4	35	21,6	2	3,4	17	16,7	19	2,6
5	Het evenement brengt mensen samen	Onbelangrijk	712	20,8	14	37,8	595	25,6	14	8,6	12	20,3	8	7,8	69	9,4
		Neutraal	1156	33,8	7	18,9	842	36,3	33	20,4	19	32,2	27	26,5	228	30,9
		Belangrijk	1397	40,9	12	32,4	807	34,8	82	50,6	26	44,1	51	50,0	419	56,9
		Ontbreekt	154	4,5	4	10,8	78	3,4	33	20,4	2	3,4	16	15,7	21	2,8
6	Het evenement maakt bewoners trots op hun woonplaats/regio	Onbelangrijk	867	25,4	15	40,5	730	31,4	20	12,3	18	30,5	12	11,8	72	9,8
		Neutraal	993	29,0	8	21,6	777	33,5	26	16,0	12	20,3	26	25,5	144	19,5
		Belangrijk	1398	40,9	10	27,0	735	31,7	81	50,0	26	44,1	46	45,1	500	67,8
		Ontbreekt	161	4,7	4	10,8	80	3,4	35	21,6	3	5,1	18	17,6	21	2,8
7	Het evenement versterkt het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten	Onbelangrijk	953	27,9	14	37,8	820	35,3	19	11,7	20	33,9	11	10,8	69	9,4
		Neutraal	777	22,7	7	18,9	615	26,5	24	14,8	8	13,6	18	17,6	105	14,2
		Belangrijk	1530	44,7	11	29,7	803	34,6	86	53,1	29	49,2	56	54,9	545	73,9
		Ontbreekt	159	4,7	5	13,5	84	3,6	33	20,4	2	3,4	17	16,7	18	2,4
8	Door het evenement ontwikkelt het dorp en de omliggende gemeenten zich (verbetering infrastructuur / publieke voorzieningen)	Onbelangrijk	902	26,4	15	40,5	760	32,7	19	11,7	16	27,1	19	18,6	73	9,9
		Neutraal	1071	31,3	9	24,3	767	33,0	38	23,5	17	28,8	14	13,7	226	30,7
		Belangrijk	1287	37,6	9	24,3	712	30,7	71	43,8	24	40,7	53	52,0	418	56,7
		Ontbreekt	159	4,7	4	10,8	83	3,6	34	21,0	2	3,4	16	15,7	20	2,7
9	Het evenement maakt mensen blij	Onbelangrijk	541	15,8	7	18,9	466	20,1	10	6,2	10	16,9	7	6,9	41	5,6
		Neutraal	997	29,2	14	37,8	778	33,5	23	14,2	15	25,4	15	14,7	152	20,6
		Belangrijk	1713	50,1	12	32,4	986	42,5	96	59,3	32	54,2	64	62,7	523	71,0
		Ontbreekt	168	4,9	4	10,8	92	4,0	33	20,4	2	3,4	16	15,7	21	2,8

Tabel 5.5.1. Belang positieve effecten.

Algemeen bekeken is er slechts een positief effect van het evenement waarvan meer dan de helft van de mensen denkt dat deze (erg) belangrijk is: het evenement maakt mensen blij. Zandvoort is, zoals ieder jaar, het meest positief en men vindt alle positieve effecten merendeels belangrijk. 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 naast positieve opmerkingen ook vrij veel kritische opmerkingen tussen. Een sentiment analyse van open reacties van bewoners van Zandvoort laat een gematigd positieve indruk achter (zie figuur 5.5.1).



Figuur 5.5.1. Verdeling sentimenten positieve effecten in Zandvoort. Hoe hoger de score, hoe positiever de reactie is.

In Zandvoort is men dus gemiddeld positiever. Men vindt de Grand Prix fantastisch voor zowel Zandvoort als Nederland. Men is echter wel kritisch op de aanwezigheid van een goedkope kermis in plaats van het reuzenrad. Sommige inwoners van Zandvoort zien het evenement als een kostenpost die overlast veroorzaakt. Er zijn zorgen dat het evenement de gemeenschap meer kost dan het oplevert, met minder middelen voor basisvoorzieningen en onderhoud. Aan de andere kant denken sommigen dat Zandvoort het hele jaar door voordelen heeft van het evenement, omdat het nieuwsgierige bezoekers trekt. Er bestaat echter ook een grote hoeveelheid reacties die de negatieve milieu aspecten benadrukken. Verder wordt er gesproken over ongemak ten aanzien van de bereikbaarheid, gemis van de bewonersdag dit jaar.

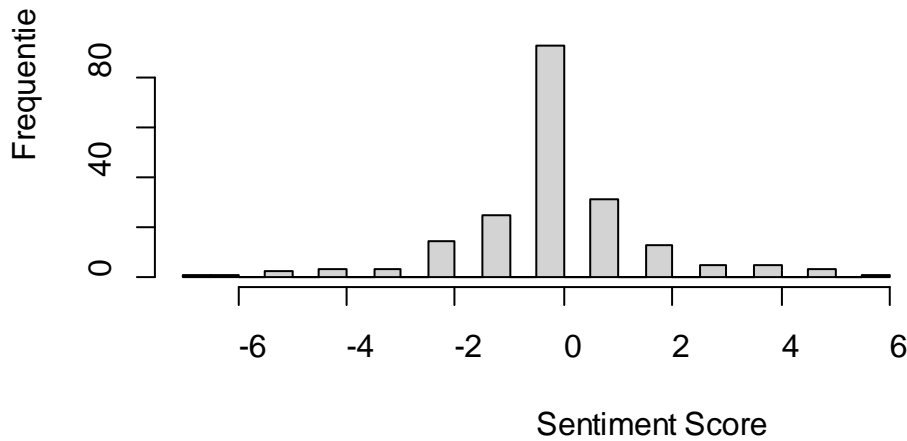
5.6 Negatieve effecten

		Totaal (n = 3419)		Bloemendaal (n = 37)		Haarlem (n = 2322)		Haarlemmermeer (n = 162)		Heenstede (n = 59)		Noordwijk (n = 102)		Zandvoort (n = 737)		
		n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	Het evenement zorgt voor geluidsoverlast	Onbelangrijk	974	28,5	4	10,8	492	21,2	59	36,4	20	33,9	42	41,2	357	48,4
		Neutraal	918	26,8	7	18,9	626	27,0	40	24,7	19	32,2	19	18,6	207	28,1
		Belangrijk	1329	38,9	22	59,5	1093	47,1	25	15,4	15	25,4	20	19,6	154	20,9
		Ontbreekt	198	5,8	4	10,8	111	4,8	38	23,5	5	8,5	21	20,6	19	2,6
2	Het evenement zorgt voor schade aan het milieu	Onbelangrijk	581	17,0	3	8,1	257	11,1	40	24,7	9	15,3	21	20,6	251	34,1
		Neutraal	903	26,4	7	18,9	501	21,6	52	32,1	20	33,9	30	29,4	293	39,8
		Belangrijk	1748	51,1	23	62,2	1462	63,0	32	19,8	25	42,4	32	31,4	174	23,6
		Ontbreekt	187	5,5	4	10,8	102	4,4	38	23,5	5	8,5	19	18,6	19	2,6
3	Het evenement zorgt voor hinder (bv weg afzettingen / parkeer problemen)	Onbelangrijk	926	27,1	8	21,6	480	20,7	61	37,7	19	32,2	29	28,4	329	44,6
		Neutraal	1059	31,0	9	24,3	746	32,1	41	25,3	15	25,4	36	35,3	212	28,8
		Belangrijk	1247	36,5	16	43,2	994	42,8	22	13,6	20	33,9	18	17,6	177	24,0
		Ontbreekt	187	5,5	4	10,8	102	4,4	38	23,5	5	8,5	19	18,6	19	2,6
4	Het evenement kost geld van de belastingbetaler	Onbelangrijk	615	18,0	5	13,5	299	12,9	50	30,9	16	27,1	22	21,6	223	30,3
		Neutraal	1076	31,5	8	21,6	684	29,5	46	28,4	15	25,4	33	32,4	290	39,3
		Belangrijk	1545	45,2	20	54,1	1241	53,4	27	16,7	24	40,7	28	27,5	205	27,8
		Ontbreekt	183	5,4	4	10,8	98	4,2	39	24,1	4	6,8	19	18,6	19	2,6
5	Het evenement leidt tot gevoelens van onveiligheid	Onbelangrijk	1105	32,3	7	18,9	603	26,0	66	40,7	23	39,0	44	43,1	362	49,1
		Neutraal	1214	35,5	8	21,6	896	38,6	44	27,2	17	28,8	26	25,5	223	30,3
		Belangrijk	909	26,6	17	45,9	718	30,9	14	8,6	14	23,7	13	12,7	133	18,0
		Ontbreekt	191	5,6	5	13,5	105	4,5	38	23,5	5	8,5	19	18,6	19	2,6
6	Het evenement verdringt reguliere bezoekers	Onbelangrijk	1034	30,2	9	24,3	556	23,9	68	42,0	27	45,8	46	45,1	328	44,5
		Neutraal	1182	34,6	8	21,6	853	36,7	34	21,0	11	18,6	26	25,5	250	33,9
		Belangrijk	1012	29,6	15	40,5	808	34,8	22	13,6	16	27,1	11	10,8	140	19,0
		Ontbreekt	191	5,6	5	13,5	105	4,5	38	23,5	5	8,5	19	18,6	19	2,6
7	Het evenement is niet goed voor het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten	Onbelangrijk	350	10,2	2	5,4	180	7,8	29	17,9	8	13,6	17	16,7	114	15,5
		Neutraal	1352	39,5	11	29,7	929	40,0	53	32,7	31	52,5	39	38,2	289	39,2
		Belangrijk	1527	44,7	19	51,4	1110	47,8	42	25,9	15	25,4	26	25,5	315	42,7
		Ontbreekt	190	5,6	5	13,5	103	4,4	38	23,5	5	8,5	20	19,6	19	2,6
8	Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders)	Onbelangrijk	626	18,3	3	8,1	318	13,7	45	27,8	10	16,9	31	30,4	219	29,7
		Neutraal	1725	50,5	17	45,9	1210	52,1	61	37,7	28	47,5	36	35,3	373	50,6
		Belangrijk	878	25,7	12	32,4	693	29,8	17	10,5	15	25,4	15	14,7	126	17,1
		Ontbreekt	190	5,6	5	13,5	101	4,3	39	24,1	6	10,2	20	19,6	19	2,6

Tabel 5.5.2. Belang negatieve effecten.

Tabel 5.5.2, 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. Met name bewoners uit Haarlem en Bloemendaal hechten veel belang aan de negatieve gevolgen voor het milieu die het evenement met zich meebrengt. Men maakt zich ook zorgen over de polarisering die het evenement teweeg brengt. Milieuschade wordt door 51 procent van het totaal aantal respondenten als (heel) belangrijk gezien. Men is in het algemeen (45 procent) ook gevoelig voor het gegeven dat het evenement de belastingbetaler geld kost. In Haarlem is dat dit jaar wederom meer dan de helft. In Zandvoort zelf, maar ook in Haarlemmermeer en Noordwijk, vindt men de negatieve effecten, gemiddeld genomen, minder belangrijk dan in de overige gemeenten. Een sentiment analyse van de open reacties op het belang van negatieve effecten (zie

figuur 5.6.1), laat een iets ander beeld zien dan bij de positieve effecten het geval was. Waar bij de positieve effecten men gemiddeld genomen iets positiever was, lijkt dat bij de negatieve vragen wat neutraler te zijn gemiddeld genomen.



Figuur 5.6.1. Verdeling sentimenten negatieve effecten in Zandvoort. Hoe hoger de score, hoe positiever de reactie is.

De kernpunten die naar voren komen uit de reacties op negatieve effecten zijn 1. Overlast: Er wordt melding gemaakt van geluidsoverlast, vooral van muziek en dronken bezoekers. 2. Veiligheid: Ondank dat veiligheid best goed gewaardeerd werd bestaan er zorgen over de veiligheid, met name 's avonds en 's nachts. 3. Milieuzorgen: Er zijn opmerkingen over mogelijke schade aan het milieu en het belang van het weren van bezoekers uit de duinen. En, ten slotte, 4. Organisatie: Er zijn zowel positieve als negatieve opmerkingen over de organisatie van het evenement. Sommigen waarderen de goede organisatie, terwijl anderen het hebben over de mogelijke kosten voor de belastingbetaler. 5. "Mensen die zeuren": Een redelijk aantal reacties reageert vooral negatief over mensen die kritisch op het evenement of de effecten daarvan zijn. Zoals een respondent die zich boos maakt over het gegeven dat deze criticiasters van Zandvoort een slaapgemeente willen maken.

5.7 Sentimenten randgemeenten

Evenals afgelopen jaar zijn 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 5.7 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. Tabel 5.7 laat zien dat gemiddeld genomen (gekeken naar het totaal) men vrij neutraal is. Nu wordt dit gemiddelde vooral bepaald door Haarlem, echter is de steekproefgrootte in andere gemeenten zo laag, dat de cijfers misschien niet representatief zijn voor de gemeente als geheel.

		Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Noordwijk
Voordelen	Gem.	3,1	2,7	3,1	3,6	2,8	3,7
	Std. Afw.	1,2	1,3	1,2	1,3	1,4	1,3
	Totaal	2491	31	2205	121	53	81
Nadelen	Gem.	3,1	3,5	3,1	2,3	3	2,3
	Std. Afw.	1,2	1,4	1,2	1,3	1,2	1,2
	Totaal	2482	30	2198	120	53	81

Tabel 5.7. Ervaren voor- en nadelen van de Dutch Grand Prix door randgemeenten.

5.8 Eendoordeel respondenten, opmerkingen/verbeterpunten

Tabel 5.8 laat zien dat de DGP vooral in Zandvoort zelf hoog wordt beoordeeld. Vorig jaar werd het gemiddeld nog met een 8,1 beoordeeld in Zandvoort. Dit is het tweede jaar op een rij dat dit cijfer daalt. Twee jaar terug was het cijfer nog een 8,9. De huidige 7,7 steekt daar toch negatief tegen af. Het kan natuurlijk een effect zijn van de gelegenheidssteekproef, maar het nieuwe lijkt er toch wel van af te zijn dit jaar en het ontbreken van een bewonersdag zal misschien ook wel debet zijn. In de open reactiemogelijkheden zijn er ook respondenten die opperen dat het evenement wel heel commercieel begint te worden ten opzichte van vorige edities. Ook het afzeggen van 'de donderdag', waarschijnlijk de bewonersdag, heeft een nadelige invloed op het draagvlak volgens sommige respondenten.

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Noordwijk		Zandvoort	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Criticaster (0-5)	843	30,1%	9	36,0%	698	37,9%	21	17,8%	16	32,7%	11	15,3%	88	12,6%
Neutraal (6)	168	6,0%	1	4,0%	132	7,2%	4	3,4%	1	2,0%	1	1,4%	29	4,2%
Promotor (7-10)	1793	63,9%	15	60,0%	1014	55,0%	93	78,8%	32	65,3%	60	83,3%	579	83,2%
Cijfer	5,8		4,8		5,1		7,5		6,3		7,1		7,7	
Std. afw.	3,4		3,9		3,4		2,9		3,3		3,0		2,4	
Totaal	2804	100,0%	25	100,0%	1844	100,0%	118	100,0%	49	100,0%	72	100,0%	696	100,0%

Tabel 5.8. Rapportcijfer Dutch Grand Prix.

Tabel 5.8 laat zien wat we ook in alle andere tabellen tegen zijn gekomen. Zandvoort zelf en de gemeenten Haarlemmermeer en Noordwijk zijn gemiddeld genomen positiever over het evenement dan de overige nabijgelegen gemeenten. Bloemendaal en Haarlem zijn gemiddeld genomen negatief. In deze twee gemeenten is echter ook de standaardafwijking het grootst wat duidt dat de meningen verdeeld waren.

Het beeld dat uit de enquête dit jaar komt, is dat een meerderheid nog steeds enthousiast is over het evenement. Dat enthousiasme geldt dan echter vooral voor mensen uit Zandvoort zelf.

Samenvattend, kan het volgende gezegd worden over de meer dan 400 reacties uit Zandvoort:

Positieve Feedback

- **Organisatie:** Er zijn veel opmerkingen die wijzen op een waardering voor de organisatie van het evenement ("goed voorbereid en uitgevoerd").

Negatieve Feedback

- **Logistieke Problemen:** Enkele uitspraken belichten problemen met de logistiek en de routing ("Omleiding niet altijd logisch").
- **Economische Bezorgdheid:** Er wordt opgemerkt dat slechts een paar mensen financieel profiteren van het evenement ("Er zijn maar paar mensen die rijk van worden").
- **Impact op de Lokale Omgeving:** Zorgen over de impact op de lokale omgeving en de natuur worden geuit ("Duinen te vroeg afgezet").
- **Geluidsoverlast:** Er zijn klachten over geluidsoverlast, zowel qua niveau als duur ("geluidsoverlast vanuit het dorp is bijzonder irritant geweest").

Aanbevelingen

- **Verbeteren van Communicatie:** Mogelijk is er ruimte voor verbetering in de communicatie over omleidingen en afzettingen om verwarring bij de deelnemers en lokale bevolking te verminderen.
- **Economische Impact:** Het zou waardevol kunnen zijn om de economische impact van het evenement breder te verspreiden, zodat de lokale gemeenschap er meer van profiteert.
- **Milieubewustzijn:** Het waarborgen van de bescherming van lokale natuurgebieden en het minimaliseren van de impact op de omgeving kan belangrijk zijn voor toekomstige evenementen.
- **Geluidsmanagement:** Het beheer van geluidsniveaus bij de muziekevents in het dorp en de timing kan worden heroverwogen om de overlast voor de lokale gemeenschap te beperken.

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

5.9 Gevoel DGP over de jaren heen

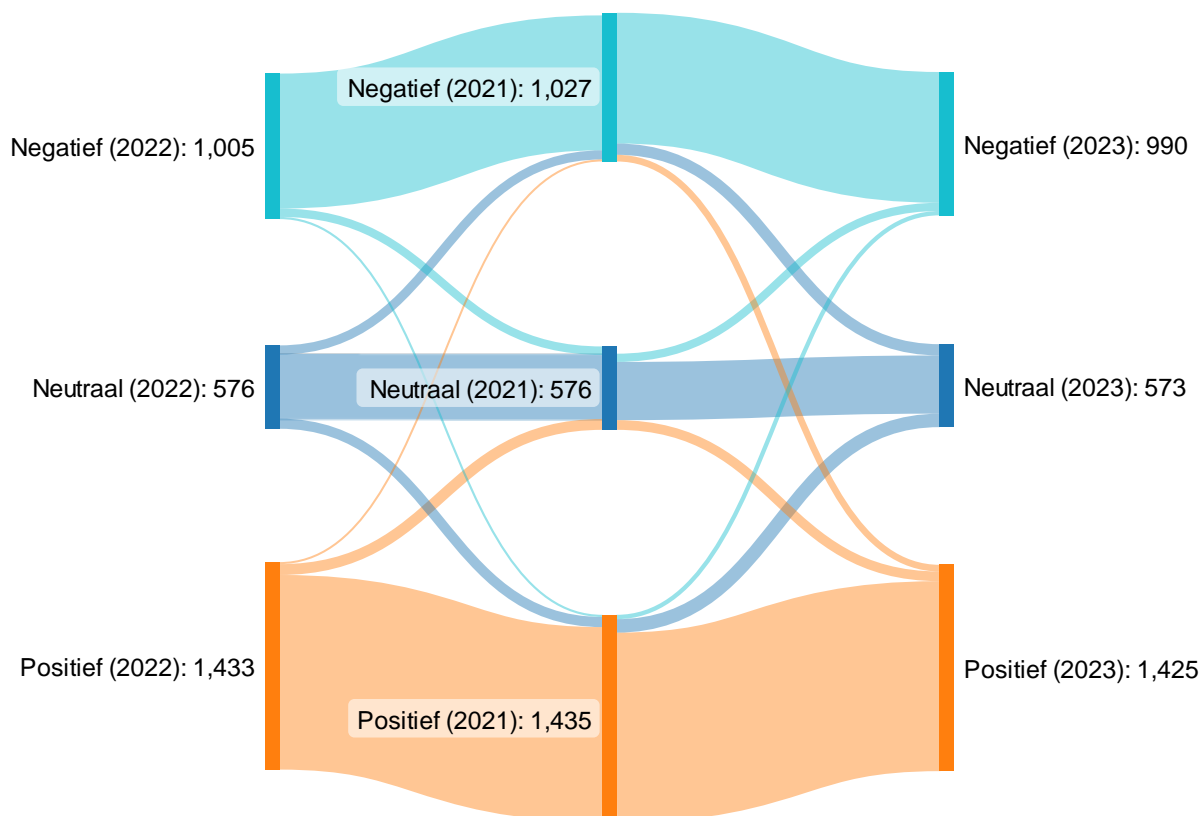
Dit jaar hebben we voor het eerst drie vragen gesteld om te onderzoeken of de gevoelens ten opzichte van verschillende evenementenedities door de jaren heen zijn veranderd. Respondenten konden hun gevoel voor elk jaar uitdrukken op een schaal van vijf punten. De resultaten zijn te vinden in tabel 5.9. We hebben gekozen om alleen Zandvoort en Haarlem te laten zien omdat deze gemeenten tegenovergestelde sentimenten vertegenwoordigen en waarschijnlijk de enige twee zijn met voldoende respondenten voor een zinvolle jaar-tot-jaar vergelijking.

	Totaal			Haarlem			Zandvoort		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Zeer negatief gevoel	18,5%	18,3%	20,9%	23,6%	23,6%	26,2%	4,3%	3,8%	6,3%
Negatief gevoel	13,2%	13,7%	12,2%	16,1%	16,3%	14,0%	6,0%	7,6%	8,3%
Neutraal gevoel	18,2%	18,3%	16,9%	21,1%	21,6%	20,2%	11,8%	10,5%	9,2%
Positief gevoel	19,5%	21,4%	18,8%	17,2%	18,8%	17,4%	26,9%	29,6%	23,1%
Zeer positief gevoel	25,6%	23,9%	27,4%	15,5%	14,0%	17,0%	49,9%	47,3%	52,4%
Ik weet het niet / geen mening	4,9%	4,4%	3,7%	6,5%	5,8%	5,2%	1,1%	1,3%	0,7%

Totaal	3213	3184	3152	2212	2190	2161	714	714	714
--------	------	------	------	------	------	------	-----	-----	-----

Tabel 5.9. Gevoel Dutch Grand Prix 2021-2023 voor de totale steekproef, Haarlem en Zandvoort.

We hebben ervoor gekozen enkel de totalen en de twee grootste steekproefgemeenten mee te nemen in tabel 5.9. We laten ditmaal ook enkel de percentages zien. Wat opvallend is, is dat het lijkt alsof over de jaren heen een polariserend effect ten aanzien van het gevoel over de DGP optreedt. Men is relatief minder neutraal en we zien dat de twee uiterste sentimenten toenemen. We zien dit effect zowel bij Zandvoort als Haarlem terugkomen. De percentuele verschillen zijn niet groot, maar evengoed interessant. Met behulp van een zogenaamde Sankey diagram³ proberen we de transities per jaar wat inzichtelijker te maken. Het diagram is te vinden in figuur 5.9.



Figuur 5.9. Sankey diagram, gevoelens jegens de DGP over de jaren heen. 2021 (midden in de grafiek), is vergeleken met 2022 (links van het midden) en 2023 (rechts van het midden).

Figuur 5.9 laat zien wat we ook al in tabel 5.9 zagen. Respondenten blijven in belangrijke mate hetzelfde gevoel houden jegens de DGP over de jaren heen. De lichte vorm van polarisatie die we in tabel 5.9 zagen, zien we enkel terug in de dunnere neutrale balk in 2023 (rechts) ten opzichte van diezelfde balk in 2022 (links). Wat we ook zien is dat bewegingen in gevoel in beide kanten opgaan.

5.10 De polariserende werking van de Dutch Grand Prix

Ook dit jaar zijn er mensen die de DGP een warm hart toebedelen, of er juist kritisch op zijn. Evenals afgelopen jaar, hebben we een cluster analyse gedaan op basis van de positieve en negatieve effecten. Daar zijn wederom twee groepen uit naar voren gekomen. Wij hebben een groep promotoren gevonden die gemiddeld genomen

³ Steve Bogart. (2023, 4 oktober). SankeyMATIC: A Sankey diagram builder for everyone. <http://sankeymatic.com>

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 5.10.1 laat zien hoe deze groepen verdeeld zijn over de verschillende gemeenten.

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heenstede		Noordwijk		Zandvoort	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Criticaster	1420	46,7%	19	61,3%	1188	57,1%	27	23,3%	21	42,9%	17	23,3%	148	21,4%
Promotor	1622	53,3%	12	38,7%	892	42,9%	89	76,7%	28	57,1%	56	76,7%	545	78,6%
Subtotaal	3042		31		2080		116		49		73		693	
Geen informatie	377	11,0%	6	16,2%	242	10,4%	46	28,4%	10	16,9%	29	28,4%	44	6,0%
totaal	3419		37		2322		162		59		102		737	

Tabel 5.10.1. Promotoren en Criticasters van het evenement de Dutch Grand Prix.

Van alle respondenten die voldoende informatie hebben gegeven is bijna 53 procent een promotor van het evenement en 47 procent een criticaster. Dit totaal is, zoals al eerder genoemd, zwaar beïnvloed door de omvang van de steekproefgrootte van Haarlem. Aangezien men in Haarlem relatief het meest negatief is, zien we dit dus ook terug in de totaalcijfers. Buiten Haarlem, zijn criticasters vooral ook terug te vinden in Bloemendaal. Promotoren zijn juist terug te vinden in Zandvoort, Noordwijk en Haarlemmermeer waar het relatieve aantal promotoren rond de 77 procent ligt. We zien dat de relatieve verdeling tussen promotoren en criticasters in de zojuist genoemde DGP-gunstige gemeenten iets meer verdeeld lijkt te zijn dan het voorgaande jaar. Dit jaar is men gemiddeld genomen meer kritisch dan vorig jaar. Dit beeld hebben we echter hierboven al vaker zien terugkomen. Het is dan ook interessant om te zien waar de twee groepen zich in onderscheiden. Dat is terug te lezen in tabel 5.10.2.

	Totaal		Ik was onder de indruk van het evenement		Het evenement gaat in tegen mijn persoonlijke waarden		Rapportcijfer DGP	
	n	%	G	S	G	S	G	S
Criticasters	1020	38,9%	1,6	0,9	4,1	1,6	3,0	2,7
Cijfer: 0-5	728	71,4%						
Cijfer: 6	103	10,1%						
Cijfer: 7-10	189	18,5%						
Promotoren	1605	61,1%	3,8	1,1	1,7	0,9	8,3	1,3
Cijfer: 0-5	50	3,1%						
Cijfer: 6	57	3,6%						
Cijfer: 7-10	1498	93,3%						
Geen informatie	179							
totaal	2804		2,8	1,5	3,3	1,6	5,8	3,4

Tabel 5.10.2. Indicatoren van promotoren en criticasters.

Uit tabel 5.10.2 valt, net zoals afgelopen jaar, af te lezen dat criticasters eenvoudiger een hoog cijfer geven voor het evenement dan dat promotoren een negatief cijfer geven. Een overweldigende meerderheid (93%) van de promotoren geeft een cijfer van 7 of hoger. Terwijl van de criticasters een nog steeds aanzienlijke, maar niet overweldigende meerderheid (71%) een cijfer lager dan een 6 geeft voor het evenement. Dat duidt er op dat

men intern een onderscheid maakt tussen een evenement waar men op zich tegen is, en andere aspecten van het evenement. Vooral als men de clusters vergelijkt met twee uitspraken, wordt het duidelijker waar het verschil tussen de twee groepen uit bestaat. Als het gaat om persoonlijke waarden, dan lijken de twee groepen lijnrecht tegenover elkaar te staan. Gemiddeld genomen geven criticaster dit een 4,1 en promotoren een 1,7. Daarbij is de standaard afwijking, de gemiddelde afwijking ten opzichte van het gemiddelde, ook redelijk laag te noemen. Dat duidt erop dat de verschillen niet groot zijn. Wat betreft de indruk die het evenement heeft achtergelaten, zien we een omgekeerd onderscheid tussen de beide groepen. Criticasters scoren gemiddeld 1,6 op een schaal van 5, terwijl promotoren een 3,8 geven. Opnieuw zijn de standaardafwijkingen laag, wat aangeeft dat de scores binnen elke groep niet sterk variëren. Het rapportcijfer laat eenzelfde verdeling zien. Promotoren beoordelen de DGP gemiddeld genomen met een 8,3 en criticasters met een 3,0. Criticasters lijken echter iets meer verdeeld te zijn met een standaardafwijking van 2,7.

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 impacts, zoals we die meenemen in dit onderzoek, hebben 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 overnachtingen 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 97.700 bezoekers de DGP bezocht, op zaterdag 105.000 en op zondag ook 105.000 bezoekers. In totaal hebben 157.000 bezoekers een ticket gekocht.

De DGP 2023 was goed voor 258.200 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 49.500 personen verdeeld over drie dagen (voor deze groep waren 16.500 (passpartout)tickets door de organisatie uitgegeven). Daarnaast waren er 3.000 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.

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	6 (46,1%)	6 (6,0%)	17 (3,0%)	6 (1,2%)	35 (4,8%)
Waarschijnlijk niet	7 (53,8%)	86 (86,0%)	534 (95,5%)	39 (81,2%)	666 (92,5%)
Weet niet/geen antwoord	0 (0,0%)	8 (8,0%)	8 (1,4%)	3 (0,6%)	19 (2,6%)
	13 (100%)	100 (100%)	559 (100%)	48 (100%)	720 (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 zeven 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 waarmee in de economische impact analyse gerekend wordt, is $659/720 = 91,5\%$.

6.4 Verblijfstoerisme

202 respondenten hebben overnacht als gevolg van het evenement (tabel 6.2). Daarvan hebben 145 respondenten in Zandvoort of de MRA overnacht. Dit is 20,0% van het totale aantal bezoekers uit de steekproef (145/725).

Plaats overnachting	N	%
Zandvoort	51	25,2
MRA-regio (exclusief Zandvoort)	94	46,5
Overig Nederland	53	26,2
Onbekend/geen antwoord	4	1,9
Totaal	202	100

Tabel 6.2

Het gemiddeld aantal overnachtingen is 2,9. (zie daarvoor tabel 2.7 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 157.000 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 173.500 bezoekers. Van deze 173.500 bezoekers heeft 20% in de MRA (inclusief Zandvoort) overnacht. Dit leidt tot 34.700 overnachters in de MRA die samen goed zijn voor 100.630 overnachtingen (aantal overnachters (34.700) vermenigvuldigd met gemiddeld aantal overnachtingen (2,9)). Het gemiddelde bedrag dat men per persoon per nacht uitgeeft is € 104,29. Bij de berekening van dit gemiddelde bedrag is 1 outlier (750 euro) verwijderd; bezoekers die gratis overnacht hebben zijn wel meegeteld.

Het totaal besteed bedrag aan overnachtingen in de MRA komt uit op €10.494.703 (totaal aantal overnachtingen vermenigvuldigd met gemiddeld besteed bedrag pppn).

Tabel 6.2 laat zien dat in de steekproef $51+94 = 145$ overnachtingen in de regio plaatsvinden; 35% in Zandvoort en 65% in de overige MRA-gemeenten. Hierdoor wordt 35% van de totale bestedingen aan overnachting toegeschreven aan Zandvoort en 65% aan de overige gemeenten van de MRA-regio.

De €10.494.703 die in de gehele MRA aan overnachtingen is uitgegeven wordt dus als volgt verdeeld:

Zandvoort: €3.673.146

Overig MRA: €6.821.557

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 231,50 euro in Zandvoort. In aanvulling daarop besteden ze gemiddeld 52,19 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>	<i>Totaal</i>
<i>Vr</i>	40	19.09	7.63	4.10	0.15	0.66	0,49	72.12
<i>Za</i>	175	37.92	14.88	2.66	0.00	0.20	0,85	231.50
<i>Zo</i>	340	37.14	14.47	3.18	0.00	0.00	0,62	395.41
<i>Wkn</i>	330	84.40	16.70	5.04	0.63	1.10	0,41	438.28
<i>Pp</i>	390	96.46	9.33	3.55	0.05	1.59	0,36	501.34

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	16.63	2.44	7.57	0.77	0.38	0,18	27.98
<i>Za</i>	0	39.37	0.00	11.65	1.16	0.00	0,00	52.19
<i>Zo</i>	0	12.58	0.00	9.08	0.00	0.00	0,00	21.66
<i>Wkn</i>	0	61.30	3.29	7.23	2.24	0.00	0,00	74.06
<i>Pp</i>	0	89.73	5.51	6.04	2.01	9.56	0,27	113.12

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

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

	Aantal
Dagkaart vrijdag	46200
Dagkaart zaterdag	22300
Dagkaart zondag	22300
Weekendkaart	31200
Passpartout	35000
Totaal aantal unieke bezoekers met betaald ticket	157.000

Tabel 6.5

Vermenigvuldigen van de bestedingsprofielen met het aantal (unieke) 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	1.848.000	882.074	352.679	189.235	6930	30.608	22.638	3.332.164
Za	3.902.500	845.587	331.780	59.285	0	4.351	18.955	5.162.458
Zo	7.582.000	828.267	322.624	70.859	0	0	13.826	8.817.576
Wkn	10.296.000	2.633.228	521.079	157.295	19.678	34.178	12.792	13.674.250
Pp	13.650.000	3.376.173	326.709	124.085	1.591	55.682	12.600	17.546.840
Ttl	37.278.500	8.565.329	1.854.872	600.758	28.199	124.818	80.811	48.533.288

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	768.305	112.950	349.750	35.707	17.489	8.316	1.292.517
Za	0	877.998	0	259.821	25.930	0	0	1.163.749
Zo	0	280.492	0	202.582	0	0	0	483.074
Wkn	0	1.912.585	102.732	225.502	69.756	0	0	2.310.575
Pp	0	3.140.708	192.810	211.394	70.465	334.513	9.450	3.959.340
Ttl	0	6.980.088	408.491	1.249.049	201.858	352.002	17.766	9.209.255

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	1.848.000	1.650.379	465.629	538.985	42.637	48.097	30.954	4.624.681
Za	3.902.500	1.723.585	331.780	319.106	25.930	4.351	18.955	6.326.207
Zo	7.582.000	1.108.759	322.624	273.441	0	0	13.826	9.300.650
Wkn	10.296.000	4.545.813	623.811	382.797	89.434	34.178	12.792	15.984.825
Pp	13.650.000	6.516.881	519.519	335.479	72.056	390.195	22.050	21.506.180
Ttl	37.278.500	15.545.417	2.263.363	1.849.808	230.057	476.821	98.577	57.742.543

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

6.6 Additionele bezoekersbestedingen

Door alle bestedingen te vermenigvuldigen met 91,5% worden de totale additionele bestedingen van bezoekers berekend.

Zandvoort	Totale bestedingen	Totale additionele bestedingen (*91,5%)
Tickets	€ 37.278.500	€ 34.109.828
Eten en drinken	€ 8.565.329	€ 7.837.276
Merchandise/souvenirs	€ 1.854.872	€ 1.697,208
Vervoer	€ 600.758	€ 549.694
Winkelen	€ 28.199	€ 25.802
Nevenactiviteiten/entertainment	€ 124.818	€ 114.209
Overig	€ 80.811	€ 73.942

Totaal	€ 48.533.287	€ 44.407.958
---------------	---------------------	---------------------

Tabel 6.9

MRA (exclusief Zandvoort)	Totale bestedingen	Totale additionele bestedingen (*91,5%)
Tickets	€ 0	€ 0
Eten en drinken	€ 6.980.088	€ 6.386.780
Merchandise/souvenirs	€ 408.491	€ 373.769
Vervoer	€ 1.249.049	€ 1.142.880
Winkelen	€ 201.858	€ 184.700
Nevenactiviteiten/entertainment	€ 352.002	€ 322.082
Overig	€ 17.766	€ 16.256
Totaal	€ 9.209.255	€ 8.426.467

Tabel 6.10

MRA (inclusief Zandvoort)	Totale bestedingen	Totale additionele bestedingen (*91,5%)
Tickets	€ 37.278.500	€ 34.109.827
Eten en drinken	€ 15.545.417	€ 14.224.057
Merchandise/souvenirs	€ 2.263.363	€ 2.070.977
Vervoer	€ 1.849.808	€ 1.692.573
Winkelen	€ 230.057	€ 210.502
Nevenactiviteiten/entertainment	€ 476.821	€ 436.290
Overig	€ 98.577	€ 90.198
Totaal	€ 57.742.543	€ 52.834.425

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 er in 2023 geen reden is om aan te nemen dat veranderingen plaats hebben gevonden in de plek van overnachtingen van coureurs, begeleiders en officials. Vandaar dat we dit jaar met dezelfde cijfers werken als in 2022. Dit betekent dat we ervan uitgaan dat 75% van alle 3000 coureurs, begeleiders, en officials in de MRA-regio overnacht hebben. Hun geschatte overnachtingsbestedingen nemen

we mee. Daarbij gaan we in navolging van Decisio⁴ 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.

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 10 oktober 2023 de volgende cijfers ontvangen met betrekking tot hun bestedingen (inclusief BTW)

Onderwerp	Zandvoort	MRA (exclusief Zandvoort)	Sector
Algemeen/organisatie	850.000	2.450.000	Zakelijke dienstverlening
Externe betrekkingen	175.000	55.000	Zakelijke dienstverlening
Communicatie	125.000	390.000	Informatie en communicatie
Commercieel/hospitality	1.850.000	3.925.000	Zakelijke dienstverlening
Infrastructuur	3.650.000	4.785.000	Bouwnijverheid
Wedstrijdzaken	100.000	250.000	Cultuur, sport en recreatie
Kaartverkoop	-	1.825.000	Zakelijke dienstverlening
ICT	-	225.000	informatie en communicatie
Transport	75.000	85.000	Vervoer en opslag
Hotels	1.775.000	550.000	Horeca
Accreditatie	25.000	30.000	Zakelijke dienstverlening
Security	275.000	520.000	Zakelijke dienstverlening
Events & entertainment	425.000	1.300.000	Cultuur, sport en recreatie
Crew catering	60.000	310.000	Horeca
Personeel	210.000	395.000	
Kantoor	50.000	550.000	Zakelijke dienstverlening
Publiekscatering	1.200.000	2.100.000	Horeca
Mobiliteitsplan	500.000	2.350.000	Vervoer en opslag
Camping	450.000	300.000	Horeca
Totaal	11.795.000	22.395.000	

Tabel 6.12

De totale uitgaven van de DGP-organisatie (exclusief de FOM fee) bedroegen 55 miljoen. Hiervan is dus 62% in de MRA-regio uitgegeven (21% in Zandvoort en 41% in overige gemeenten van MRA).

⁴ Decisio (2017). Economische impact en haalbaarheid Formule 1 Circuit Zandvoort. Amsterdam: Decisio

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.

	Uitgaven in Zandvoort	Uitgegeven in MRA (excl Z)	Totaal
Verblijfstoerisme (par 6.4)	€3.673.146	€6.821.557	€10.494.703
Additionele bestedingen bezoekers Zandvoort (par 6.6)*	€10.298.130	0	€10.298.130
Additionele bestedingen bezoekers MRA (excl Z) (par 6.6)	0	€8.426.467	€8.426.467
Bestedingen teams (par 6.7)	0	€1.687.500	€1.687.500
Bestedingen organisatie (par 6.8)	€11.795.000	€22.395.000	€34.190.000
Totaal	€25.766.276	€39.330.524	€65.096.800

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. Voor de vergelijkbaarheid met de cijfers van 2022 is in 2023 hetzelfde IO model gebruikt (gebaseerd op CBS data uit 2021).

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 (evenals 2022) dit jaar 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).

	Zandvoort		MRA	
	Toegevoegde waarde (miljoenen euro's)	Werkgelegenheid (FTE)	Toegevoegde Waarde (miljoenen euro's)	Werkgelegenheid (FTE)
A Landbouw, bosbouw en visserij	0.0	0.0	0.0	0.1
B Delfstoffenwinning	0.0	0.0	0.0	0.0
C Industrie	0.0	0.1	0.4	3.6
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	1.1	8.9	3.2	25.4
G Handel	0.3	3.7	1.4	17.1
H Vervoer en opslag	0.5	3.5	2.2	17.2
I Horeca	3.2	91.6	10.9	315.6
J Informatie en communicatie	0.1	0.2	1.0	3.9
K Financiële dienstverlening	0.0	0.1	0.5	2.9
L Verhuur en handel van onroerend goed	0.0	0.0	0.8	0.8
M Zakelijke dienstverlening	1.7	20.9	8.1	97.5
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten	0.0	0.0	0.2	1.1
O Onderwijs	0.0	0.1	0.1	1.2
P Gezondheids- en welzijnzorg	0.0	0.0	0.0	0.1
Q Cultuur, sport en recreatie	0.3	6.0	1.1	25.1
R Overige dienstverlening	0.0	0.1	0.2	1.9
Totaal	7.2	135.1	30.4	514.2

Tabel 6.14: IO tabel DGP 2023

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 7,2 miljoen en 30,4 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 135 en 514 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

Dit jaar viel de DGP samen met de schoolvakantieperiode. Het is te verwachten dat hierdoor (dag)bezoeken en overnachtingen zijn verdrongen. 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 bezoekers 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 Decisio⁵ blijkt dat er op een regenachtige vakantiedag 30.000 bezoekers Zandvoort bezoeken. Hierdoor zouden -zonder DGP- 60.000 tot 90.000 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 81,35 euro (waarvan 30,65 euro uitgegeven is aan eten & drinken, 6,04 euro aan winkelen en 18,02 euro aan overnachting). In vergelijking met DGP-bezoekers wordt meer geld uitgegeven aan winkelen.
- Het is onbekend hoeveel overnachtingen zijn verdrongen. Door de schoolvakantieperiode is te verwachten dat dit jaar meer hotelovernachtingen verdrongen zijn, zowel in Zandvoort als ook in de overige gemeenten van de MRA.

Het niet kunnen corrigeren voor verdringing betekent dat de feitelijke economische impact kleiner is dan geschat. Van belang is dan eveneens te vermelden dat de economische impactanalyse enkele geldstromen niet heeft mee kunnen nemen door gebrek aan data. Denk hierbij aan bestedingen van bezoekers die niet het circuit maar wel het dorp bezochten tijdens het raceweekend en bestedingen van sponsors aan activiteiten (zie ook 6.11). Het meenemen van deze geldstromen zou de economische impact vergroten.

Daarnaast 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

⁵ Decisio (2017) Bezoekersstromen Amsterdam en Zandvoort. Amsterdam: Decisio. P 6

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 DGP bezoekers, de teams, en de organisatie in kaart gebracht. De bestedingen van media en vrijwilligers zijn niet meegenomen.

In bovenstaande berekening van de bestedingsstromen van bezoekers en organisatie is niet gecorrigeerd voor verdringingseffecten. Het is 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.

Eveneens zijn de bezoekersbestedingen van niet-DGP bezoekers aan Zandvoort niet meegenomen in het bepalen van de economische impact. Er is wel een bestedingsprofiel van deze groep gemaakt. Gemiddeld geeft deze groep 81,35 euro uit. Omdat betrouwbare data over de omvang van deze groep ontbreken, is besloten deze geldstroom niet mee te nemen in de berekening.

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 82,7% van de Zandvoortse bewoners en 50,5% van de bewoners uit omliggende gemeenten het eens of helemaal eens met de stelling tegenover 63,0% van de ondernemers in Zandvoort.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet niet / geen mening	Totaal
Bewoners Zandvoort	18 2,5%	31 4,4%	73 10,3%	282 39,8%	304 42,9%	-	708 100%
Bewoners Omliggende gemeenten	197 8,1%	277 11,4%	721 29,8%	817 33,8%	404 16,7%	-	2416 100%
Ondernemers	3 2,8%	13 12,0%	19 17,6%	37 34,3%	31 28,7%	5 4,6%	108 100%

Tabel 7.1

Bezoekers aan de DGP hebben de informatievoorziening gewaardeerd met een gemiddeld rapportcijfer van 8,0. Het meest gegeven cijfer was een 8 (33,9% 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. De verschillen met 2022 zijn voor alle doelgroepen klein; op het circuit waarderen de bezoekers de informatievoorziening met een iets hoger cijfer dan in 2022.

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. Wat direct opvalt is dat bezoekers op het circuit en in het dorp het vaker (helemaal) eens zijn met de stelling dan bewoners en ondernemers. Zeker ten opzichte van vorig jaar is het aantal bezoekers op het circuit dat zich onveilig heeft gevoeld (het helemaal oneens was met de stelling) flink gedaald: 12,6% in 2022 en 3,2% in 2023. Een ruime meerderheid van de bezoekers (57,1%) vindt dat de organisatie voldoende maatregelen heeft genomen om grensoverschrijdend gedrag tegen te gaan.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet niet / geen mening	Totaal
Bewoners Zandvoort	26 3,7%	30 4,3%	76 11,0%	205 29,7%	354 51,2%	-	691 100%
Bewoners omliggende gemeenten	154 7,4%	87 4,2%	479 23,1%	608 29,3%	746 35,9%	-	2074 100%
Ondernemers*	0 0,0%	8 7,4%	9 8,3%	29 26,9%	58 53,7%	4 3,7%	108 100%
Bezoekers DGP	12 1,7%	11 1,5%	47 6,5%	318 43,8%	317 43,7%	21 2,9%	726 100%
Bezoekers dorp	0 0,0%	3 1,0%	12 4,2%	158 55,2%	113 39,5%	0 0,0%	286 100%

Tabel 7.2

*stelling was oorspronkelijk negatief geformuleerd 'ik of mijn personeel heeft zich onveilig gevoeld tijdens het evenement' (tabel 4.16); voor de vergelijking zijn de antwoorden omgedraaid.

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 ik niet / geen mening	Totaal
Bewoners Zandvoort	261 37,1%	165 23,5%	88 12,5%	93 13,2%	95 13,5%	-	702 100%
Bewoners omliggende gemeenten	766 31,8%	550 22,8%	289 12,0%	420 17,4%	381 15,8%	-	2406 100%
Ondernemers	22 20,4%	35 32,4%	23 21,3%	22 20,4%	4 3,7%	2 1,9%	108 100%

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 voorgaande jaren geven meer bewoners aan Zandvoort ontvlucht te hebben (dit jaar 14,4% tegenover 9,9% vorig jaar en 5,4% in 2021). Een kleiner percentage inwoners geeft aan zich gestoord te hebben aan het evenement (11,8% van de Zandvoortse respondenten). Bij de omliggende gemeenten geeft 31,0% aan zich gestoord te hebben aan het evenement en 17,2% stelt de woonplaats ontvlucht te zijn. Beide cijfers zijn gestegen ten opzichte van 2022 (toen gaf 21,3% aan zich gestoord te hebben aan het event en 10,8% de woonplaats ontvlucht te zijn). Desalniettemin geeft het merendeel van de respondenten aan het (zeer) oneens te zijn met de stelling. Daarbij vindt 35,5% van de inwoners van Zandvoort het feit dat een evenement voor hinder zorgt onbelangrijk (vorig jaar was dit nog 44,2%).

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 is een ruime meerderheid het eens tot zeer eens met de bovenstaande stellingen. 60,2% van de bewoners denkt het evenement nog lang te zullen herinneren, 64,9% is onder de indruk geraakt van het evenement, en 72,9% geeft aan genoten te hebben, 64,1% zegt dat het evenement hen positief verrast heeft. Ten opzichte van vorig jaar zijn deze percentages allemaal lager: in 2022 was tussen de 71% en 79% van de bewoners het (helemaal) eens met dezelfde stellingen en in 2021 lagen de percentages tussen de 82% en 89%.

In de omliggende gemeenten denkt 34,5% van de bewoners het evenement nog lang te zullen herinneren, 28,4% is onder de indruk geraakt van het evenement, en 35,1% geeft aan genoten te hebben, 31,9% zegt dat het evenement hen positief verrast heeft. Ook hier zijn de percentages respondenten die het (helemaal) eens zijn met de stelling beduidend lager dan vorig jaar op dezelfde stellingen. Vorig jaar lagen de percentages tussen de 36% en 46%.

Ondernemers zijn gevraagd naar een rapportcijfer over de sfeer in het dorp en in hun bedrijf. Ze gaven de sfeer in het dorp een half punt hoger dan vorig jaar, gemiddeld een 8,9 waarbij een 10 het meest gegeven cijfer is. De sfeer in het eigen bedrijf tijdens het raceweekend was met een gemiddelde van 8,3 vergelijkbaar met 2022.

Bezoekers zijn zeer positief over de sfeer: op het circuit is gemiddeld een 8,8 gegeven als rapportcijfer voor de sfeer, waarbij een 10 het meest gegeven cijfer is. In het dorp was maar liefst 96,8% het eens of helemaal eens met de stelling 'er hangt een goede sfeer in Zandvoort'. Bezoekers geven ook aan zich welkom te voelen: 94,0% van de bezoekers in het dorp was het hiermee (helemaal) eens en 82,3% van de circuit bezoekers geeft aan in Zandvoort gastvrijheid te hebben ervaren tijdens hun bezoek aan de DGP. 95,1% 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 maar liefst 92,9% van de bezoekers aan het eens of helemaal eens te zijn met de stelling 'ik heb genoten van dit evenement' (ter vergelijking: in 2022 was 84,7% het eens of helemaal eens met deze stelling).

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	23 3,2%	147 20,3%	455 62,9%	99 13,7%	8,2
Ondernemer	4 3,7%	24 22,2%	65 60,1%	15 13,9%	8,1
Bewoners Zandvoort	106 14,8%	87 12,1%	406 56,8%	115 16,1%	7,7
Bewoners omliggende gemeenten	1151 45,9%	412 16,4%	762 30,4%	179 7,1%	5,2

Tabel 7.4

Ondernemers hebben dit jaar een hoger gemiddeld rapportcijfer gegeven dan inwoners uit Zandvoort. Bij bewoners tekenen extremen zich af: er is een groep die 10 geeft en groep die onvoldoende geeft: criticaster is van het evenement. Desalniettemin geeft 72,9% een 8 of hoger als rapportcijfer.

Bewoners uit de omliggende gemeenten geven de DGP een gemiddeld rapportcijfer van 5,2. 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. 77,1% van de bewoners van Zandvoort is het eens of zeer eens met de stelling dat het evenement een grote aanwinst is voor Zandvoort. 74,0% vindt het terecht dat topsportevenementen naar Zandvoort gehaald worden en 65,3% van de bewoners vindt het evenement de investeringen waard. Ten opzichte van de cijfers van 2022 zijn deze percentages enkele procentpunten gedaald.

Uit de resultaten van de bewonersvragenlijsten komt naar voren dat er promotors en criticasters van de DGP zijn. Deze groepen komen voort uit een clusteranalyse op basis van het aangegeven belang van de positieve en negatieve effecten. Om de vergelijking met vorig jaar zuiverder te houden is gekeken naar de rapportcijfers die bewoners geven. Een rapportcijfer tussen de 0 en 6 classificeert iemand als criticaster en een rapportcijfer van 9 of 10 classificeert iemand als promotor. Waar in 2022 14,5% van de inwoners van Zandvoort criticasters genoemd konden worden en 55,5% promotor is deze verhouding in 2023 18,9% criticasters en 48,1% promotoren.

In de omliggende gemeenten is beduidend minder draagvlak. 38,5% 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, 44,3% vindt het terecht dat topsportevenementen naar de regio gehaald worden en 32,7% van de bewoners vindt het evenement de investeringen waard. Daarnaast was 49,6% 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 29,5% van de inwoners uit Zandvoort. Ten opzichte van 2022 zijn de percentages op alle stellingen met 5 tot 7 procentpunten gedaald.

Ondernemers zijn gevraagd naar de toegevoegde waarde van de DGP voor hun bedrijf. 72,0% van de ondernemers werkzaam bij eet & drinkgelegenheden, 91,6% van de logiesverstrekkers en 40,5% van de ondernemers in de detailhandel zijn het eens of helemaal eens met de stelling dat de DGP voor hun bedrijf van toegevoegde waarde is. Daartegenover staat dat 45,9% van de ondernemers in de detailhandel van mening zijn dat de DGP niet van toegevoegde waarde is. Zij ervaren vaker omzetzakelijkheid tijdens het raceweekend (zie paragraaf 4.3).

Vermeldenswaardig is dat ondernemers door de tijd heen gemiddeld genomen positiever zijn geworden over de (impact van de) DGP (zie ook par 4.6). Daarentegen lijken bewoners juist kritischer te worden, ook al resoneert bij het overgrote merendeel positieve gevoelens over het event.

7.7 Betrokkenheid

Uit de bewonersvragenlijst bleek dat 38,0% 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 64,8% volgde de DGP ook via andere mediakanalen. 59,2% noemt zichzelf een liefhebber van autosport en 17,9% van de Zandvoortse bewoners heeft een of meerdere wedstrijden op het circuit bezocht. In vergelijking met vorig jaar zijn dit wat lagere percentages, met name bij het aantal inwoners dat zich persoonlijk betrokken heeft gevoeld (vorig jaar 47,4 en het aantal inwoners dat het circuit bezocht heeft (vorig jaar 38,5%). Inwoners van Zandvoort zijn in vergelijking met de bewoners van de omliggende gemeenten meer betrokken. In de omliggende gemeenten heeft 13,7% van de bewoners zich persoonlijk betrokken gevoeld bij het evenement. De DGP is door 44,2% van de bewoners uit de omliggende gemeenten via de televisie gevolgd en 41,3% volgde de DGP ook via andere media. 30,0% van de bewoners van de omliggende gemeenten noemde zichzelf een liefhebber van de autosport en 6,8% heeft een of meerdere wedstrijden van de DGP op het circuit bezocht. Ook hier zijn de percentages wat lager ten opzichte van vorig jaar.

Ondernemers hebben dit jaar vaker aangegeven betrokken te willen zijn bij de organisatie van side events: 52,8% geeft aan dit te willen wat een stijging is van 8,2% ten opzichte van vorig jaar. Ongeveer een derde van de geïnterviewde ondernemers wil niet betrokken zijn, hierbinnen zijn logiesverstrekkers en detailhandel de grootste groep is. Bij alle typen bedrijven is interesse om mee te werken aan side events.

7.8 Trots

In Zandvoort gaf 78,8% 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'. 39,7% van de bewoners van de omliggende gemeenten gaven aan trots te zijn dat het evenement in hun regio heeft plaatsgevonden. Van de ondernemers is 92,6% van mening dat het evenement echt iets toevoegt aan het dorp. DGP-bezoekers op het circuit zijn trots dat de F1 in Nederland plaatsvindt: 88,0% was het eens of zeer eens met deze stelling. Waar de scores op de stellingen voor bewoners dit jaar licht gedaald zijn ten opzichte van vorig jaar (van 80,6% naar 78,8% in Zandvoort en van 46,3% naar 39,7% voor omliggende gemeenten), zijn ze voor ondernemers en bezoekers licht gestegen ten opzichte van vorig jaar (respectievelijk +2% voor ondernemers en +6,3% voor DGP bezoekers).

7.9 Identiteit en imago

76,4% van de bewoners van Zandvoort geeft aan het belangrijk te vinden dat het evenement Zandvoort internationaal op de kaart zet en 75,7% vindt het belangrijk dat het evenement het imago van Zandvoort versterkt. Bij de omliggende gemeenten zijn de percentages lager: 42,2% van de bewoners uit de omliggende gemeenten vindt het belangrijk dat Zandvoort en de omliggende gemeenten internationaal op de kaart worden gezet en 38,7% vindt het belangrijk dat het evenement het imago van de regio versterkt.

Van de bezoekers van het circuit en van het dorp is respectievelijk 86,5% en 78,7% 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 gestegen: van 77,8% vorig jaar naar 86,5% in 2023.

Met de stelling 'de F1 past bij Zandvoort' was 88,9% van de ondernemers het eens of zeer eens. Onder de bezoekers van het dorp was dit percentage 86,7%.

7.10 Vriendschap en saamhorigheid

Evenementen brengen mensen samen. In de enquêtes zijn enkele stellingen opgenomen over vriendschap en saamhorigheid. Bezoekers op het circuit zijn de stelling voorgelegd 'ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder DGP bezoekers'. 83,3% van de bezoekers was het eens of zeer eens met deze stelling. Bewoners zijn de stelling voorgelegd 'de DGP versterkt vriendschappen in mijn woonplaats: 40,3% van de Zandvoorters en 12,5% van de bewoners uit de omliggende gemeenten was het eens of zeer eens met de stelling. Waar in vergelijking met vorig jaar meer circuit bezoekers het (volledig) eens zijn met deze stelling, is dit percentage onder bewoners juist licht gedaald.

7.11 Overig

Positieve effecten die dit jaar in de bewonersstudie het meest van belang zijn geacht, zijn dat het evenement mensen blij maakt (50,1%), het Zandvoort en de regio internationaal op de kaart zet (47,5%) en het inkomsten genereert voor lokale bedrijven (47,2%). Bij de negatieve effecten die bewoners belangrijk vinden wordt (evenals vorig jaar) milieuschade het meest genoemd (51,1% 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 edities van 2022 en 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 2023, 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 bezoekers aan Zandvoort die niet het circuit bezoeken maar wel het dorp zijn (evenals vorig jaar) 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 dubbel telling 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 97.700 bezoekers de DGP bezocht, op zaterdag 105.000 en op zondag ook 105.000. In totaal hebben 157.000 bezoekers (exclusief VIPS's en genodigden) een ticket gekocht. Samen hebben zij 258.200 bezoeken gebracht. Bezoekers hebben de DGP gemiddeld 1,6 dagen bezocht.
- 15,7% van de bezoekers is afkomstig van de MRA (waarvan 1,8% uit Zandvoort), 77,6% uit de rest van Nederland en 6,7% uit het buitenland
- 91,5% van de bezoekers is additioneel (en was dus niet in Zandvoort geweest als het evenement niet had plaatsgevonden).

- 20,0% van alle DGP bezoekers overnacht in de MRA-regio. Gemiddeld verblijven ze 2,9 nachten en besteden ze 104,29 euro per persoon per nacht. Gezamenlijk leidt dit tot 10,5 miljoen euro aan overnachtingsbestedingen in de MRA-regio, waarvan 3,7 miljoen euro in Zandvoort besteed wordt
- Bezoekers besteden in totaal 48,5 miljoen euro in Zandvoort, waarvan 37,2 miljoen aan tickets. Daarbovenop besteden bezoekers 9,2 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 8,4 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 11,8 miljoen in Zandvoort en 22,4 miljoen in de overige MRA gemeenten.
- Samengevat betekent dit dat de DGP geleid heeft tot **25,8** miljoen aan *additionele* bestedingen in Zandvoort en **39,3** miljoen in de overige gemeenten van de MRA-regio. In de gehele MRA-regio (incl Zandvoort) zijn de **totale additionele bestedingen 65,1 miljoen**.
- De **toegevoegde waarde** die met deze bestedingen gecreëerd wordt is respectievelijk **7,2** miljoen euro voor Zandvoort en **30,4** miljoen voor de MRA-regio (inclusief Zandvoort).
- De **werkgelegenheid** die met de bestedingen samenhangt is **135** banen in Zandvoort en **514** 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 en Bouwnijverheid zijn substantiële impacts te zien.

In bovenstaande berekening van de bestedingsstromen van bezoekers en organisatie is niet gecorrigeerd voor verdringingseffecten. Het is 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.

Eveneens zijn de bezoekersbestedingen van niet-DGP bezoekers aan Zandvoort niet meegenomen in het bepalen van de economische impact. Er is wel een bestedingsprofiel van deze groep gemaakt. Gemiddeld geeft deze groep 81,35 euro uit. Het meenemen van deze bezoekersbestedingen zou 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 30,4 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. Naast de inwoners van Zandvoort zijn ook inwoners uit de omliggende gemeenten (Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmermeer, Heemstede, Noordwijk) betrokken bij het onderzoek. Er zijn grote verschillen in hoe zij het evenement beleefd hebben: bewoners uit Zandvoort zijn beduidend positiever dan bewoners uit de omliggende gemeenten.

Voor bewoners uit Zandvoort geldt dat:

- Ruim 70% van de bewoners geeft aan genoten te hebben en 60% denkt het evenement nog lang te zullen herinneren. 64% 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 7,7
- Bijna de helft van de Zandvoortse inwoners is een promotor van het evenement
- Het aandeel criticasters in Zandvoort is gegroeid van 14,5% in 2022 naar 18,9% in 2023.
- De belangrijkste positieve effecten volgens bewoners zijn dat het evenement Zandvoort op de internationale kaart zet (75%), het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten versterkt (74%), het bezoekers naar het dorp en de regio trekt (73%), het mensen blij maakt (71%) en het inkomsten oplevert voor lokale bedrijven (71%)
- 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 is niet goed voor het imago van Zandvoort (43%), het evenement kost geld van de belastingbetaler (28%), het evenement zorgt voor hinder (24%) en het evenement zorgt voor schade aan het milieu (24%)
- 82% heeft het evenement via de televisie gevolgd en 18% procent heeft een wedstrijd op het circuit bezocht. Bijna veertig procent van de bewoners geeft aan zich persoonlijk betrokken te hebben gevolgd bij het evenement.
- 79% van de inwoners uit Zandvoort is trots op het feit dat de DGP in hun woonplaats heeft plaatsgevonden.
- Een ruime meerderheid (61%) van de Zandvoorters heeft geen overlast ervaren. Er zijn enkele opmerkingen gemaakt over geluidsoverlast van de muziekevents in het dorp en niet logische omleidingen voor bewoners.

Voor bewoners uit de omliggende gemeenten geldt dat:

- Slechts 35% van de bewoners aangeeft genoten te hebben, 32% geeft aan dat het evenement hen positief verrast heeft en 35% dat ze het evenement nog lang zullen herinneren. 28% is onder de indruk geraakt van het evenement.
- Het rapportcijfer over de DGP als totaal is gemiddeld een 5,2
- 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 32% in Haarlem tot 63% in Noordwijk), dat het evenement bezoekers trekt naar Zandvoort en omliggende gemeenten (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 27% in Bloemendaal tot 58% in Noordwijk), evenement zet Zandvoort en omliggende gemeenten internationaal op de kaart (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 30% in Bloemendaal tot 57% in Noordwijk)
- De belangrijkste negatieve effecten zijn schade aan het milieu (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 20% in Haarlemmermeer tot 63% in Haarlem), dat het evenement zorgt voor geluidsoverlast (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 15% in Haarlemmermeer tot 60% in Bloemendaal) en dat het evenement geld kost van de belastingbetaler

(het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 17% in Haarlemmermeer tot 54% in Bloemendaal).

- 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.
- 44% van de bewoners uit de omliggende gemeenten heeft de DGP via de televisie gevolgd, 7% heeft een wedstrijd op het circuit bezocht en slechts 14% geeft aan zich persoonlijk betrokken te hebben gevoeld bij het evenement.
- 55% van de bewoners van de omliggende gemeenten heeft geen overlast ervaren.

Voor bezoekers geldt dat:

- Bezoekers op het circuit hebben met name de sfeer hoog gewaardeerd (gemiddeld rapportcijfer 8,8); ook de bereikbaarheid van Zandvoort, de toegankelijkheid van het circuit, de organisatie en de informatievoorziening kregen gemiddelde rapportcijfers boven de 8. De overige onderdelen (fanzone, entertainment, kwaliteit eten en drinken) waardeerden de bezoekers met gemiddelde rapportcijfers tussen de 7,1 en 7,6. Maar liefst 93% gaf aan te genieten 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 97% 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 genieten te hebben van hun bezoek aan Zandvoort.
- Het overgrote deel van de bezoekers aan het circuit (87%) en aan het dorp (79%) is van mening dat het evenement bijdraagt aan een positief imago voor Zandvoort.
- 88% van de bezoekers van het evenement geeft aan trots te zijn dat de F1 in Nederland plaatsvindt
- 28% 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 een bezoek aan het strand, een dagje uit, familie/vrienden bezoek. Ook het circuit en de sfeer die Zandvoort uitstraalt voor motorsportliefhebbers wordt genoemd als reden om terug te keren naar Zandvoort.

Ook ondernemers zijn positief over hun beleving:

- Ondernemers gaven gemiddeld een 8,9 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 8,3 hoog gewaardeerd.
- 53% van de ondernemers heeft geen overlast ervaren door het evenement. Enkele ondernemers vroegen aandacht voor communicatie hoe leveranciers bereikbaar zijn, de routing, het plaatsen van meer damestoiletten.
- Ondernemers geven de DGP als totaal een rapportcijfer van (gemiddeld) 8,1.
- Maar liefst 93% van de ondernemers is van mening dat het evenement echt iets toevoegt aan het dorp.

Voor alle doelgroepen geldt dat ruim 80 procent aangeeft zich veilig te hebben gevoeld. Enige uitzondering hierop zijn de inwoners van de omliggende gemeenten: hier was 65% het (volledig) eens met de stelling 'ik voelde me veilig tijdens het evenement'. Het is onduidelijk waardoor dit lagere percentage veroorzaakt wordt. Opgemerkt moet worden dat op het circuit het percentage bezoekers dat zich onveilig heeft gevoeld gedaald is ten opzichte van 2022: van 13% in 2022 naar 3% in 2023.

Wat is de impact van de side events, van de Dutch Grand Prix 2023, in Zandvoort gemeten?

Het side events programma startte op 12 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 (12 augustus – 24 augustus) gaven met name de eet-en drinkgelegenheden (40%) en de logiesverstrekkers (36%) aan meer drukte te hebben ervaren als normaal. Voor ruim een derde van de ondernemers die meer drukte hebben ervaren, leidde deze drukte ook tot een omzetsijging (welke varieerde van 20% tot 1000%). Het is niet met zekerheid vast te stellen dat het side events programma de extra drukte en bijbehorende omzetsijging heeft veroorzaakt. Waarschijnlijker is dat de zomervakantie hier een grotere rol in speelde.
- 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 50% geeft aan meer omzet behaald te hebben, terwijl 22% juist minder omzet heeft gehaald. 46% van de eet- en drinkgelegenheden heeft meer kosten gemaakt en 48% heeft gelijke kosten gemaakt. Extra personeel is door 58% van de eet- en drinkgelegenheden ingezet.
- Winkeliers hebben in vergelijking met logiesverstrekkers en eet-en drink gelegenheden het minst geprofiteerd van de DGP. 65% van de ondernemers in de detailhandel geeft aan minder omzet te hebben behaald, terwijl 14% aangeeft juist meer omzet te hebben behaald. 65% van de winkeliers geeft aan gelijke kosten te hebben gemaakt en 19% heeft meer kosten gemaakt, vooral door extra personeelsinzet. Een enkele ondernemer in de detailhandel gaf aan tijdens het raceweekend bewust dicht te zijn geweest.
- 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 side events programma is omgedoopt tot Zandvoort Racefestival.

- Uit de enquête onder ondernemers blijkt dat 60% van de ondernemers van mening is dat de DGP van toegevoegde waarde is voor het bedrijf. Daarbij is 37% van mening dat het Zandvoort Racefestival het eigen bedrijf extra bezoekers oplevert.
- Ruim een derde van de ondernemers was van mening dat Zandvoort Beyond het hen makkelijk maakt mee te doen aan side events; eenzelfde percentage vond Zandvoort Beyond goed bereikbaar voor ideeën, vragen en suggesties en 44% ervoer de samenwerking met Zandvoort Beyond als positief. Ten opzichte van vorig jaar zijn ondernemers positiever over Zandvoort Beyond en de side events.

Ruim de helft 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 toegevoegde waarde voor het eigen bedrijf in zien, de (dgp) doelgroep niet interessant te vinden of hun locatie niet geschikt te vinden.
- Ondernemers die wel betrokken willen zijn zien kansen voor meer klanten, meer omzet en een grotere naamsbekendheid. Daarnaast wordt dit jaar ook genoemd dat ondernemers bij willen dragen aan de sfeer, het leuk vinden om het te doen, en dit jaar ook hebben deelgenomen.

Tijdens het raceweekend heeft de DGP reguliere bezoekers verdrongen. Bezoekers in het dorp die niet de DGP op het circuit bezochten gaven gemiddeld 81 euro per persoon uit (waarvan 31 euro aan eten en drinken en 18 euro aan overnachting).

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, het circuit te bezoeken, of als dagje uit. Het Zandvoort Racefestival wordt weinig genoemd als reden van het bezoek of als ondernomen activiteit (alhoewel bezoekers weldegelijk het attractieplein en/of live muziek hebben bezocht).

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.
- De meest genoemde activiteiten die bezoekers in het dorp ondernomen hebben zijn bezoek restaurant, café of terras, een bezoek aan het strand, fietsen/wandelen. Een bezoek aan het entertainment/live muziek in het dorp, het attractieplein, de activiteiten en spellen 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. 71% 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 79 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.
- Een bezoek aan entertainment/live muziek in het dorp, en een bezoek aan het attractieplein met (kermis)attracties zijn de twee meestgenoemde bezochte neven activiteiten
- Bewoners zijn redelijk positief over de georganiseerde side events: 70% vindt dat de activiteiten mensen samenbrengen. 61% vond dat er genoeg te doen was voor jong en oud; 56% procent geeft aan genoten te hebben van de activiteiten in aanloop naar en tijdens het raceweekend.
- Activiteiten worden door 63% goed bereikbaar geacht en 70% vond de informatievoorziening duidelijk.

Ondernemers hebben de sfeer in het dorp hoog gewaardeerd: gemiddeld een 8,9 met een 10 als meest gegeven cijfer. Daarnaast is een overgrote meerderheid van de ondernemers (78%) 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 substantieel is. De sociale impact laat positiviteit en draagvlak zien, maar in vergelijking met voorgaande jaren zijn minder inwoners uit Zandvoort het (volledig) eens met de stellingen die hun beleving van het evenement meten. Ook het rapportcijfer voor de DGP is bij deze groep voor het eerst lager dan een acht. Desalniettemin is 48% van de Zandvoortse inwoners een promotor van het evenement (en 19% een criticaster) wat nog steeds duidt op draagvlak.

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:

- Het behouden van voldoende draagvlak onder de Zandvoortse bewoners is essentieel. Het kan zijn dat inwoners gewend zijn geraakt aan het evenement, het nieuwe/bijzondere er van af is en zij daardoor de beleving van het evenement relatief gezien lager waarderen. Het kan ook zijn dat inwoners voor zichzelf de kosten en de baten anders afwegen met een lager gemiddeld rapportcijfer tot gevolg. Aanbeveling is om aandacht te blijven besteden aan het behouden van het draagvlak onder inwoners. Overweeg opnieuw een bewonersdag te organiseren.
- In de omliggende gemeenten zijn er met name zorgen om de milieuschade die het evenement genereert. De vele duurzaamheidsinitiatieven van de DGP kunnen ook in de omliggende gemeenten onder de aandacht gebracht worden.
- Bezoekers aan het dorp en op het circuit maakten opmerkingen over de hoge prijzen van eten en drinken. Het is van belang een evenwicht te vinden in prijsstellingen/winstmarges om bezoekersbestedingen optimaal te houden.
- Ondernemers zien steeds meer de meerwaarde van de DGP voor henzelf en voor het dorp. Dit uit zich ook in de bereidwilligheid om betrokken te zijn bij side events. Ondernemers vragen aandacht voor toegankelijkheid van hun leveranciers, routes, positie van stands/activaties, en het plaatsen van meer damestoiletten.

8.3 Vergelijking met edities 2021 en 2022

In tabel 8.1 zijn de kerncijfers van de economische impact berekening van 2021, 2022 en 2023 naast elkaar gezet.

	DGP 2021	DGP 2022	DGP 2023
Aantal unieke betalende bezoekers	126.650	155.400	157.000
Totale <i>additionele</i> bestedingen (bezoekers & organisatie) Zandvoort	22,3 miljoen euro	25,0 miljoen euro	25,8 miljoen euro
Totale <i>additionele</i> bestedingen (bezoekers & organisatie) MRA (inclusief Zandvoort)	44,5 miljoen euro	61,3 miljoen euro	65,1 miljoen euro
Toegevoegde waarde Zandvoort	8,9 miljoen euro	6,6 miljoen euro	7,2 miljoen euro
Werkgelegenheid Zandvoort	244 banen (fte)	127 banen (fte)	135 banen (fte)
Toegevoegde waarde MRA (inclusief Zandvoort)	23,2 miljoen euro	28,0 miljoen euro	30,4 miljoen euro
Werkgelegenheid MRA	498 banen (fte)	474 banen (fte)	514 banen (fte)

Tabel 8.1

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

- De verschillen tussen de DGP 2021 en DGP 2022 zijn reeds besproken in het rapport van 2022.
- Zoals te zien kende de DGP van 2023 een iets hoger aantal unieke betalende bezoekers. Bezoekers gaven in 2023 tesamen meer geld uit aan tickets en vervoer. Daarnaast was het percentage additionele bezoekers hoger. In combinatie met meer uitgaven die de DGP organisatie in 2023 in Zandvoort en de MRA regio heeft gedaan, verklaart dit de hogere totale additionele bestedingen.

- In 2023 heeft DGP eenzelfde bedrag aan catering on site verdiend als in 2022. BUas heeft bij de berekening van de toegevoegde waarde en werkgelegenheid hetzelfde Input Output model gebruikt als in 2022.

Evenals in 2021 en in 2022, is de economische impactanalyse dit jaar gebaseerd op de bestedingscijfers 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. Te zien is dat bezoekers in het dorp dit jaar meer geld uitgegeven hebben dan voorgaande jaren (dit jaar 81 euro, tegenover 50 euro in 2022 en 34 euro in 2021).

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

	DGP 2021	DGP 2022	DGP 2023
Rapportcijfer DGP			
Bezoekers circuit	8,3	8,2	8,2
Bewoners Zandvoort	8,9	8,1	7,7
Bewoners omliggende gemeenten	-	6,2	5,2
Ondernemers Zandvoort	7,9	8,3	8,1
Trots			
% bewoners Zandvoort eens/helemaal eens met stelling 'trots dat DGP in woonplaats plaatsvindt'	88	81	79
% bewoners omliggende gemeenten eens/helemaal eens met stelling 'trots dat DGP in regio plaatsvindt'	--	46	40
% ondernemers eens/helemaal eens met stelling 'evenement voegt echt iets toe aan dorp'	90	91	93
% DGP-bezoekers eens/helemaal eens met stelling 'trots dat F1 in Nederland plaatsvindt'	89	82	88
Hinder/overlast			
% bewoners Zandvoort eens/helemaal eens met stelling 'overlast ervaren'	11	26	27
% bewoners omliggende gemeenten eens/helemaal eens met stelling 'overlast ervaren'	--	23	33
% ondernemers eens/helemaal eens met stelling 'overlast ervaren'	25	31	24
Gevoelens van veiligheid			
% bewoners Zandvoort eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	89	78	81
% bewoners omliggende gemeenten eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	--	71	65
% ondernemers eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	92	80	81
% bezoekers DGP eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	90	79	88
% bezoekers dorp eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	84	90	95

Zoals in tabel 8.2 af te lezen is laten ondernemers een vrij constant beeld zien. Bij bezoekers valt de verbetering in het gevoel van veiligheid op. Bij bewoners valt op dat het rapportcijfer een dalende lijn laat zien; het aantal criticasters van het evenement groeit wat het gemiddelde rapportcijfer drukt.

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.

	BUas studie DGP 2023	Decisio (2017)	Decisio (2020)
Aantal unieke betalende bezoekers	157.000	125.000	104.000
Totale bestedingen Zandvoort	64 miljoen euro	31 miljoen euro	62 miljoen euro
Totale bestedingen MRA	104 miljoen euro	48 miljoen euro	77 miljoen euro
Totale additionele bestedingen (bezoekers & organisatie) Zandvoort	26 miljoen	28 miljoen	60 miljoen
Totale additionele bestedingen (bezoekers & organisatie) MRA (inclusief Zandvoort)	65 miljoen euro	40 miljoen euro	65 miljoen euro
Toegevoegde waarde Zandvoort	7,2 miljoen euro	2,6 miljoen euro	3,6 miljoen euro
Werkgelegenheid Zandvoort	135 banen	45 banen	51 banen
Toegevoegde waarde MRA (inclusief Zandvoort)	30,4 miljoen euro	12,6 miljoen euro	20,3 miljoen euro
Werkgelegenheid MRA	514 banen	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 (37,3 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

Externe factoren die mogelijk van invloed zijn geweest op bezoekersbestedingen en bezoekersbeleving zijn het weer en de prestaties van Max Verstappen. Waar het in 2021 en 2022 zonovergoten edities waren, kende 2023 een wisselvalliger weertype. Toch lijkt dit nauwelijks invloed te hebben gehad op de bezoekersbestedingen, of is een mogelijk verminderde afname van uitgaven aan drank vanwege het slechtere weer weggefallen tegen de prijsstijgingen (door inflatie) op eten/drinken en een iets hoger aantal betalende bezoekers. In ieder geval heeft de DGP organisatie eenzelfde bedrag aan inkomsten van catering on site ontvangen dan afgelopen jaar. Het is dus niet te zeggen of het weer een negatieve invloed heeft gehad op de bezoekersbestedingen.

De prestaties van Max Verstappen worden verondersteld positief bij te dragen aan de bezoekersbeleving. Voor het derde jaar op een rij heeft Max Verstappen de race gewonnen, al is het verschil met zijn concurrenten in vergelijking met voorgaande jaren groot: de coureur staat op eenzame hoogte in het puntenklassement. De waardering van DGP bezoekers uitgedrukt in een rapportcijfer is heel consistent: voor het derde jaar op een rij een ruime 8.

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	100
b. Vragenlijst bezoekers DGP zoals digitaal naderhand afgenomen	115
c. Vragenlijst bezoekers dorp zoals face to face afgenomen in dorp	129
d. Vragenlijst bezoekers dorp zoals digitaal uitgezet door Zandvoort Marketing	137
e. Vragenlijst ondernemers Zandvoort	147
f. Vragenlijst bewoners Zandvoort	157
g. Vragenlijst bewoners Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmermeer, Heemstede, Noordwijk	170

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.

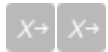
Selectie Bent u vandaag...

- 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)
-

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

- Alleen (1)
 - Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen (2)
 - Met partner/echtgeno(o)t(e) met kinderen in de leeftijd:... (3)
-
- Alleen met kinderen in de leeftijd: ... (4) _____
 - Met overige familie (5)
 - Met vrienden/kennissen (6)
 - Met school, bedrijf, vereniging (7)
 - Overig (8)

Gezelschap_aantalp 2. Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap?



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

inZandvoortzonderDGP

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)
-

Ticket 5 Welk soort ticket heeft u gekocht?

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



Vervoermiddel 6. Met welk vervoermiddel heeft u de langste afstand van uw vaste woonadres naar de Dutch Grand Prix afgelegd?

- Met de trein (1)
- Met de auto / motor (2)
- (Georganiseerde) Touringcar (3)
- Met de fiets, bromfiets, scooter (4)
- Te voet (5)
- Met het vliegtuig (6)
- Anders, namelijk... (7) _____

Duurbezoek 7. Hoeveel uur heeft u de Dutch Grand Prix vandaag bezocht? (vanaf het moment dat u arriveerde tot het moment dat u denkt te vertrekken)

BezoekdorpZandvoort 8. 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 / Zandvoort Racefestival)

Ja (1)

Nee (2)

Display This Question:

*If 8. Bent u door het bezoek aan de Dutch Grand Prix van plan langer in de Zandvoort te blijven dan...
= Ja*

Duurbezoekdorp 8a 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) _____

Page Break

Overnachting_Elders 9 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning?

- Ja (1)
- Nee (2)

Display This Question:

If 9 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_Locatie 9a Is deze accommodatie gevestigd in Zandvoort of in een andere gemeente?

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

Display This Question:

If 9 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_duur 9b Hoeveel overnachtingen telt uw verblijf buiten uw eigen woning?

Display This Question:

If 9 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_type 9c 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 9 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_Prijs 9d Wat is de prijs van 1 overnachting voor 1 persoon?

Page Break

Uitgaven_Selectie 10. 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 10. Wat was vandaag op u van toepassing? (Enqueteur: noem de antwoordcategorieën op) = Ik doe alleen uitgaven voor mezelf

Or 10. Wat was vandaag op u van toepassing? (Enqueteur: noem de antwoordcategorieën op) = Ik betaal ook voor een of meerdere anderen



Uitgaven_Zandvoort

10a. 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 (3) _____
- Winkelen (4) _____
- Neven activiteiten / entertainment (5) _____
- Overig (6) _____

Display This Question:

If 10. Wat was vandaag op u van toepassing? (Enqueteur: noem de antwoordcategorieën op) = Ik betaal ook voor een of meerdere anderen

Uitgaven_AantalP 10b Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?



Uitgaven_MRA 10c 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 in MRA (1) _____
- Merchandise/souvenirs in MRA (2) _____
- Vervoerskosten in MRA (OV/parkeren) (3) _____
- Winkelen in MRA (4) _____
- Entree attracties / Entertainment in MRA (5) _____
- Overig (6) _____

Uitgaven_AantalP 10d Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Page Break



Beleving_Rapportcijf

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

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)	10 (10)
Bereikbaarheid van Zandvoort (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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"/>
Informatievoorziening (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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) (Beleving_Rapportcijf_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"/>

Page Break



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



Beleving_Stellingen 13 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 (0)
De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort (Beleving_Stellingen_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 (Beleving_Stellingen_2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me veilig in Zandvoort (Beleving_Stellingen_3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zandvoort ademt Formule 1 (Beleving_Stellingen_4)	<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 (Beleving_Stellingen_5)	<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 (Beleving_Stellingen_6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van dit evenement (Beleving_Stellingen_7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Dutch Grand Prix-organisatie neemt genoeg maatregelen om grensoverschrijdend gedrag tegen te gaan (Beleving_Stellingen_8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Duurzaamheid 14. 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"/>
Token systeem voor plastic bekers (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Statiegeld systeem voor het goede doel (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gratis waterpunten voor bezoekers (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het Handicap.nl extra care court (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duurzame brandstof voor vervoer en energie (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Herhaalbezoek_DGP 15 Hoe groot acht u de kans dat u de Dutch Grand Prix in 2024 zult bezoeken?

- Zeer klein (1)
- Klein (2)
- Neutraal (3)
- Groot (4)
- Zeer groot (5)
- Weet niet/geen antwoord (0)



Herhaalbezoek_Zandvo 16 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.... (4) _____
 - Zeer groot, want..... (5) _____
 - Weet ik nog niet/Geen antwoord (0)
-

DGP_Aanbevelen 17. 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)
-

DGP_Rapportcijfer 18 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)
-

Demo_geslacht

Tot slot nog enkele achtergrondvragen:

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

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

Demo_postcode 20. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

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

Demo_geboortjaar 21 Wat is uw geboortjaar?



Demo_opleiding 22 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 (0)
-

QA

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

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

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 25, 26 en 27 augustus 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.

Gezelschap 1. In welk gezelschap heeft u de Dutch Grand Prix 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)

Gezelschap_aantalp 2. Uit hoeveel personen bestond uw gezelschap?

Page Break



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

inZandvoortzonderDGP

4. Als de Dutch Grand Prix niet had plaatsgevonden in Zandvoort, was u dan afgelopen weekend (25 - 27 augustus) toch in Zandvoort geweest?

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

Ticket 5 Welk soort ticket heeft u gekocht?

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



Vervoermiddel 6. Met welk vervoermiddel heeft u de langste afstand van uw vaste woonadres naar de Dutch Grand Prix afgelegd?

- Met de trein (1)
 - Met de auto / motor (2)
 - (Georganiseerde) Touringcar (3)
 - Met de fiets, bromfiets, scooter (4)
 - Te voet (5)
 - Met het vliegtuig (6)
 - Anders, namelijk... (7) _____
-

Page Break

Duurbezoek 7. Hoeveel uur heeft u de Dutch Grand Prix bezocht? (vanaf het moment dat u arriveerde tot het moment dat u bent vertrokken). Mocht u meerdere dagen de Dutch Grand Prix bezocht hebben, kunt u een gemiddelde per dag invullen.

BezoekdorpZandvoort 8. Heeft u na uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op het circuit het dorp bezocht? (bijvoorbeeld voor winkelen, restaurantbezoek of bezoek side events / Zandvoort Racefestival)

- Ja (1)
- Nee (2)

Display This Question:

If 8. Heeft u na uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op het circuit het dorp bezocht? (bijvoorbeeld vo... = Ja

Duurbezoekdorp 8a Hoeveel langer bent u in Zandvoort gebleven? (in uren of dagen)

- Uren: (1) _____
- Dagen: (2) _____

Overnachting_Elders 9 Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning?

- Ja (1)
- Nee (2)

Display This Question:

If 9 Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_Locatie 9a Was deze accommodatie gevestigd in Zandvoort of in een andere gemeente?

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

Display This Question:

If 9 Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_duur 9b Hoeveel overnachtingen telde uw verblijf buiten uw eigen woning?

Display This Question:

If 9 Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_type 9c 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 9 Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja

Overnachting_Prijs 9d Wat was de prijs van 1 overnachting voor 1 persoon?

Page Break

Uitgaven_Selectie 10. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing?

- Ik deed alleen uitgaven voor mezelf (1)
- Ik betaalde ook voor een of meerdere anderen (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 10. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing? = Ik deed alleen uitgaven voor mezelf

Or 10. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing? = Ik betaalde ook voor een of meerdere anderen



Uitgaven_Zandvoort

10a. 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 (3) _____
- Winkelen (4) _____
- Neven activiteiten / entertainment (5) _____
- Overig (6) _____

Display This Question:

If 10. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing? = Ik betaalde ook voor een of meerdere anderen

Uitgaven_AantalP 10b Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?



Uitgaven_MRA 10c 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 in MRA (1) _____
- Merchandise/souvenirs in MRA (2) _____
- Vervoerskosten in MRA (OV/parkeren) (3) _____
- Winkelen in MRA (4) _____
- Entree attracties / Entertainment in MRA (5) _____
- Overig (6) _____

Display This Question:

If 10c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Eten en drinken in MRA

Or 10c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Merchandise/souvenirs in MRA

Or 10c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Vervoerskosten in MRA (OV/parkeren)

Or 10c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Winkelen in MRA

Or 10c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Entree attracties / Entertainment in MRA

Or 10c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Overig

Uitgaven_AantalP 10d Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?



Beleving_Rapportcijf

11 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 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)	10 (10)
Bereikbaarheid van Zandvoort (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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"/>
Informatievoorziening (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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 (Beleving_Rapportcijf_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) (Beleving_Rapportcijf_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"/>

Page Break

Sponsors 12 Kunt u enkele sponsors van de Dutch Grand Prix noemen?



Beleving_Stellingen 13 Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met de volgende stellingen:

	Ze er mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Ze er mee eens (5)	Weet niet/Geen antwoord (0)
De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort (Beleving_Stellingen_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 (Beleving_Stellingen_2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me veilig in Zandvoort (Beleving_Stellingen_3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zandvoort ademt Formule 1 (Beleving_Stellingen_4)	<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 (Beleving_Stellingen_5)	<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 (Beleving_Stellingen_6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van dit evenement (Beleving_Stellingen_7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Dutch Grand Prix-organisatie neemt genoeg maatregelen om grensoverschrijdend gedrag tegen te gaan (Beleving_Stellingen_8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Duurzaamheid 14. 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"/>
Token systeem voor plastic bekers (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Statiegeld systeem voor het goede doel (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gratis waterpunten voor bezoekers (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het Handicap.nl extra care court (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duurzame brandstof voor vervoer en energie (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Herhaalbezoek_DGP 15 Hoe groot acht u de kans dat u de Dutch Grand Prix in 2024 zult bezoeken?

- Zeer klein (1)
- Klein (2)
- Neutraal (3)
- Groot (4)
- Zeer groot (5)
- Weet niet/geen antwoord (0)



Herhaalbezoek_Zandvo 16 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.... (4) _____
 - Zeer groot, want..... (5) _____
 - Weet ik nog niet/Geen antwoord (0)
-

DGP_Aanbevelen 17. Hoe waarschijnlijk is het dat u de Dutch Grand Prix zou aanbevelen aan een vriend of collega? (0 is zeer onwaarschijnlijk en 10 is zeer waarschijnlijk)

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

DGP_Rapportcijfer 18 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)
-

Demo_geslacht

Tot slot nog enkele achtergrondvragen:

19. Met welk geslacht identificeert u uzelf het meest?

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

Demo_postcode 20. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

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

Demo_geboortjaar 21 Wat is uw geboortjaar?



Demo_opleiding 22 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 (0)

Opmerkingen 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

Intro Beste bezoeker van Zandvoort, mag ik u enkele vragen stellen over uw bezoek aan Zandvoort?

Het kost 5 minuten van uw tijd. Breda University of Applied 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.



Gezelschap 1. 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 (6)
 - Met school, bedrijf, vereniging (7)
 - Overig (8)
-



Redenbezoek 2. 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 (3)
 - Ik wil de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven in het dorp (4)
 - Ik kom voor het strand (5)
 - Ik bezoek vrienden/familie (6)
 - Ik kom voor werk/zaken (7)
 - Ik bezoek het Zandvoort Racefestival (8)
 - Ik bezoek een specifiek (side)event, namelijk.... (9)
-
- Ik woon hier (10)
 - Overig (11)

BezoekDGP 3. 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)



Activiteiten 4. 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, Strandpaviljoen (2)
- Strand (3)
- Bezoek DGP (4)
- Boodschappen doen (5)
- Bezoek attractieplein met (kermis)attracties (6)
- Bezoek entertainment/live muziek in het dorp (7)
- Bezoek aan een van de musea (8)
- Fietsen en/of wandelen (9)
- Bezoek Zandvoort Racefestival (10)
- Bezoek activiteiten en spellen op de boulevard (11)
- Anders, namelijk (8) _____



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

Aantal uren (1) _____

Aantal dagen (2) _____



Bestedingen

6. 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 (Bestedingen_1)	
Merchandise/souvenirs in Zandvoort (Bestedingen_2)	
(Openbaar) Vervoer / Parkeren in Zandvoort (Bestedingen_3)	
Winkelen in Zandvoort (Bestedingen_4)	
Entertainment / Toegangskaarten attracties Zandvoort (Bestedingen_5)	
Overnachting in Zandvoort (prijs voor 1 nacht) (Bestedingen_6)	
Overige uitgaven in Zandvoort (Bestedingen_7)	

Bestedingen_aantalP 7. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Beleving_Stellingen 8. 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 (Beleving_Stellingen_1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Formule 1 past bij Zandvoort (Beleving_Stellingen_2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort (Beleving_Stellingen_3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me veilig in Zandvoort (Beleving_Stellingen_4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me welkom in Zandvoort (Beleving_Stellingen_5)	<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 (Beleving_Stellingen_6)	<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 (Beleving_Stellingen_7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De informatie voorziening van de neven activiteiten is duidelijk (Beleving_Stellingen_8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten brengen mensen samen (Beleving_Stellingen_9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten zijn goed bereikbaar (Beleving_Stellingen_10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van mijn bezoek aan Zandvoort (Beleving_Stellingen_11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Imago_stelling 9. 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 (0)



Herhaalbezoek 10. 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 (0)



Demo_geboortjejaar Tot slot vragen we naar enkele achtergrondgegevens.

11. Wat is uw geboortjejaar?

Demo_geslacht 12. Met welk geslacht identificeert u zichzelf het meest? (Enqueteur: zelf invullen, bij twijfel vragen)

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



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

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

Display This Question:

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

Demo_land 13a. In welk land woont u?



Demo_opleiding 14. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- Geen onderwijs (1)
 - Basisonderwijs (2)
 - LBO,VMBO,MAVO (VLO, ULO, MULO, VBO, Ambachtsschool, Huishoudschool, LEAO, LAS, LTS) (3)
 - HAVO, VWO, HBS, MBO (4)
 - HBO (HTS, HEAO, Hogeschool) (5)
 - WO (Universiteit) (6)
 - Anders (7)
 - Weet niet/Geen antwoord (0)
-

Suggesties 15. Heeft u nog suggesties of opmerkingen voor de Gemeente Zandvoort of de organisatie van de Dutch Grand Prix?

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

Intro 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 of tijdens 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.

DatumBezoek 1. Op welke datum heeft u Zandvoort bezocht?



Gezelschap 2. 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 (6)

Met school, bedrijf, vereniging (7)

Overig (8)

Page Break



Redenbezoek 3. 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 (3)
 - Ik wil de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven in het dorp (4)
 - Ik kom voor het strand (5)
 - Ik bezoek vrienden/familie (6)
 - Ik kom voor werk/zaken (7)
 - Bezoek Zandvoort Racefestival (8)
 - Ik bezoek een specifiek (side)event, namelijk.... (9)
-
- Ik woon hier (10)
 - Overig (11)

Display This Question:

If 3. Wat zijn de drie belangrijkste redenen voor uw bezoek aan Zandvoort? = Ik woon hier

Q24 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 Bewoners van Zandvoort krijgen een andere vragenlijst voorgelegd. Deze vragenlijst is alleen bedo... Is Displayed

Page Break

BezoekDGP 4. Bezoekt u de Dutch Grand Prix op het circuit of bent u dat nog van plan?

- Ja (1)
- Nee (2)
-



Activiteiten 5. Welke activiteiten heeft u tijdens uw bezoek aan Zandvoort ondernomen, of bent u nog van plan te ondernemen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Winkelen (1)
- Bezoek Restaurant, Cafe, Terras, Strandpaviljoen (2)
- Strand (3)
- Bezoek DGP (4)
- Boodschappen doen (5)
- Bezoek attractieplein met (kermis)attracties (6)
- Bezoek entertainment/ live muziek in het dorp (7)
- Bezoek aan een van de musea (8)
- Fietsen en/of wandelen (9)
- Bezoek Zandvoort Racefestival (10)
- Bezoek activiteiten en spellen op de boulevard (11)
- Anders, namelijk (8) _____
-



Duurbezoek 6. Wat is de duur van uw bezoek aan Zandvoort? (in uren of dagen)

Aantal uren (1) _____

Aantal dagen (2) _____



Bestedingen

7. 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 (Bestedingen_1)	
Merchandise/souvenirs in Zandvoort (Bestedingen_2)	
(Openbaar) Vervoer / Parkeren in Zandvoort (Bestedingen_3)	
Winkelen in Zandvoort (Bestedingen_4)	
Entertainment / Toegangskaarten attracties Zandvoort (Bestedingen_5)	
Overnachting in Zandvoort (prijs voor 1 nacht) (Bestedingen_6)	
Overige uitgaven in Zandvoort (Bestedingen_7)	

Bestedingen_aantalP 8. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Beleving_Stellingen 9. 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 (Beleving_Stellingen_1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Formule 1 past bij Zandvoort (Beleving_Stellingen_2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort (Beleving_Stellingen_3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me veilig in Zandvoort (Beleving_Stellingen_4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me welkom in Zandvoort (Beleving_Stellingen_5)	<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 (Beleving_Stellingen_6)	<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 (Beleving_Stellingen_7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De informatie voorziening van de neven activiteiten is duidelijk (Beleving_Stellingen_8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten brengen mensen samen (Beleving_Stellingen_9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten zijn goed bereikbaar (Beleving_Stellingen_10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van mijn bezoek aan Zandvoort (Beleving_Stellingen_11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Imago_stelling 10. 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 (0)



Herhaalbezoek 11. 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 (0)

Page Break



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

Demo_geslacht 13. Met welk geslacht identificeert u zichzelf het meest?

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



Demo_postcode 14. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

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

Display This Question:

If 14. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander) = Woonachtig buiten Nederland

Demo_land 14a. In welk land woont u?



Demo_opleiding 15. 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 (0)

Page Break

Suggesties 16. Heeft u nog suggesties of opmerkingen voor de Gemeente Zandvoort of de organisatie van de Dutch Grand Prix?

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.

sector 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)

Verschilbez_vooraf 2. Heeft u in de weken voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (12-24 augustus) 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 weken voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (12-24 augustus) verschil gemerkt in h... = Ja, het was drukker dan normaal

Omzetstijging_vooraf 2a. Heeft het toegenomen aantal bezoekers aan uw bedrijf in de weken voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (12 -24 augustus) geleid tot een stijging van de omzet?

- Ja, mijn omzetstijging 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 weken voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (12-24 augustus) verschil gemerkt in h... = Ja, het was minder druk dan normaal

Omzetdaling_vooraf 2b Heeft het afgenomen aantal bezoekers aan uw bedrijf in de weken voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (12-24 augustus) geleid tot een daling van de omzet?

- Ja, mijn omzetdaling in procenten in de maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix was... (1)

- Nee (2)
-

VerschiOmzet_dgp

3. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tijdens het raceweekend (25-26-27 augustus) 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*

Omzetstijging_dgp 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*

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

VerschilKosten_dgp 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*

Kostenstijging_dgp 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

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

VerschilPersoneel_dg 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

Personeelstijging_dg 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

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



LocatieVestiging 6. Waar in Zandvoort is uw bedrijf gevestigd?

- Aan de boulevard / op het strand MIDDEN of NOORD (1)
 - Aan de boulevard / op het strand ZUID (2)
 - In het centrum van het dorp (3)
 - Aan de rand van het dorp of buitengebied (4)
-

Tevredenheid 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"/>

Beleving_Stelling 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 geïnformeerd over het evenement (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb - als ondernemer - overlast ervaren door het evenement (9)	<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"/>

ZandvoortBeyond 9. Er volgen een aantal stellingen over het Zandvoort Racefestival (de side events) dat 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"/>
Het Zandvoort Racefestival draagt 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"/>
Het Zandvoort Racefestival levert 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 Beyondervaar 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"/>

BetrokkenheidSideEv 10. Indien er bij de Dutch Grand Prix in 2024 side events georganiseerd worden, zou uw bedrijf dan betrokken willen zijn?

Ja, omdat... (1) _____

Nee, omdat... (2) _____

Misschien, omdat... (3) _____

Gevoel_verandering 11. Is uw gevoel over het evenement (Dutch Grand Prix) de afgelopen drie jaar veranderd? Kunt u dit laten zien door de antwoordcategorie aan te kruisen die uw gevoel over de drie edities van de Dutch Grand Prix (DGP) het beste weergeeft?

	Heel negatief gevoel (1)	Negatief gevoel (2)	Neutraal gevoel (3)	Positief gevoel (4)	Heel positief gevoel (5)	Weet niet/geen mening (6)
DGP 2021 (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DGP 2022 (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DGP 2023 (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Rapportcijfer_DGP 12. Welk rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan het evenement Dutch Grand Prix 2023?

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

Suggesties 13. 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.

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 25, 26 en 27 augustus. Welke invloed heeft dit evenement op u gehad? Het maakt daarbij niet uit of u het evenement wel of niet bezocht heeft.

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.

NevAct_bezocht 1. Heeft u in aanloop naar het raceweekend of tijdens het raceweekend het Zandvoort Racefestival bezocht? (Het Zandvoort Racefestival is het side events programma van Stichting Zandvoort Beyond, wat rondom de Formule 1 Heineken Dutch Grand Prix georganiseerd wordt).

- Ja (1)
- Nee (2)

Display This Question:

*If 1. Heeft u in aanloop naar het raceweekend of tijdens het raceweekend het Zandvoort Racefestival...
= Ja*



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

- Show Car Red Bull (1)
- Bezoek Attractieplein met (kermis)attracties (2)
- Expositie Half Litre Heroes in Zandvoorts Museum (3)
- Bezoek entertainment / live muziek in het dorp (4)
- Bezoek activiteiten en spellen op de boulevard (5)
- Anders, namelijk:.... (6) _____



NevAct_stellingen 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 (0)
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"/>

Page Break

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

Ja (1)

Nee (2)

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

Ja (1)

Nee (2)

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

Ja (1)

Nee (2)



Beleving 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 (0)
1. Ik zal het evenement nog bijzonder lang blijven herinneren (Beleving_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 (Beleving_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 (Beleving_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 (Beleving_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 (Beleving_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 (Beleving_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 (Beleving_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 (Beleving_8)	<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 (Beleving_9)	<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 (Beleving_10) | <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 (Beleving_11) | <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 (Beleving_12) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 13. Ik vind het evenement de investeringen waard (Beleving_13) | <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 (Beleving_14) | <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 (Beleving_15) | <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 (Beleving_16) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Page Break

Belang_Positief 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 (Belang_Positief_1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement is goed voor de werkgelegenheid (Belang_Positief_2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort (Belang_Positief_3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zet Zandvoort internationaal op de kaart (Belang_Positief_4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement brengt mensen samen (Belang_Positief_5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement maakt bewoners trots op hun woonplaats (Belang_Positief_6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement versterkt het imago van Zandvoort (Belang_Positief_7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Door het evenement ontwikkelt het dorp zich (verbetering infrastructuur/publieke voorzieningen) (Belang_Positief_8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement maakt mensen blij (Belang_Positief_9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Belang_PToelichting

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

Belang_Negatief

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 (Belang_Negatief_1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zorgt voor schade aan het milieu (Belang_Negatief_2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zorgt voor hinder (bv weg afzettingen / parkeer problemen) (Belang_Negatief_3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement kost geld van de belastingbetaler (Belang_Negatief_4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement verstoort het dagelijks leven (Belang_Negatief_5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement verdringt reguliere bezoekers (Belang_Negatief_6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement leidt tot ongewenst gedrag (bv wildplassen, vandalisme) (Belang_Negatief_7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders) (Belang_Negatief_8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Belang_NToelichting

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

Betrok_sport 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)
-

Betrok_autosport 15. In hoeverre bent u liefhebber van autosport?

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

Betrok_evenement 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)
-

Demo_geslacht

17. Met welk geslacht identificeert u zich het meest?

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



Demo_geboortejaar 18. Wat is uw geboortejaar?

Demo_opleiding 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)
-



Demo_postcode 20. Wat is uw postcodegebied?

- 2116 (1)
 - 2040 (2)
 - 2041 (3)
 - 2042 (4)
-

Page Break

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

QA Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst. 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.

G Vragenlijst bewoners Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmermeer, Heemstede, Noordwijk

Q0 Beste inwoner van Haarlem,

Dank dat u deze vragenlijst in wilt vullen. De vragen gaan over uw beleving van de Dutch Grand Prix en haar neven activiteiten afgelopen 25, 26 en 27 augustus. Welke invloed heeft dit evenement op u gehad? Ook al vond het evenement niet in uw woonplaats plaats, u kunt toch positieve of negatieve effecten van het evenement ervaren hebben, ongeacht of u het evenement wel of niet bezocht heeft.

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.

BezoekZandvoort 1. Heeft u in de periode 12 augustus tot en met 27 augustus Zandvoort bezocht?

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

Display This Question:

If 1. Heeft u in de periode 12 augustus tot en met 27 augustus Zandvoort bezocht? = Ja, 1 keer

Or 1. Heeft u in de periode 12 augustus tot en met 27 augustus Zandvoort bezocht? = Ja, meerdere keren

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

- Bezoek Dutch Grand Prix (op het circuit) (1)
- Bezoek strand (2)
- Winkelen (3)
- Sfeer en gezelligheid van Dutch Grand Prix proeven (4)
- Bezoek (neven)activiteiten Dutch Grand Prix / bezoek Zandvoort Racefestival (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 aan Zandvoort? (meerdere antwoorden mogelijk) = Sfeer en gezelligheid van Dutch Grand Prix proeven

Or 1a. Wat was de reden van uw bezoek aan Zandvoort? (meerdere antwoorden mogelijk) = Bezoek (neven)activiteiten Dutch Grand Prix / bezoek Zandvoort Racefestival



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

- Show Car Red Bull (1)
- Bezoek attractieplein met (kermis)attracties (2)
- Expositie Half Litre Heroes in Zandvoorts Museum (3)
- Bezoek entertainment / live muziek in het dorp (4)
- Bezoek activaties en spellen op de boulevard (5)
- Anders, namelijk:.... (6) _____

Display This Question:

If 1a. Wat was de reden van uw bezoek aan Zandvoort? (meerdere antwoorden mogelijk) = Sfeer en gezelligheid van Dutch Grand Prix proeven

Or 1a. Wat was de reden van uw bezoek aan Zandvoort? (meerdere antwoorden mogelijk) = Bezoek (neven)activiteiten Dutch Grand Prix / bezoek Zandvoort Racefestival



NevAct_stellingen 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)	Geen mening/niet van toepassing (0)
Er was genoeg te doen voor jong en oud (1)	>	>	>	>	>	>
De informatievoorziening over de activiteiten was duidelijk (2)	>	>	>	>	>	>
Ik heb genoten van de activiteiten in aanloop naar en tijdens het raceweekend (3)	>	>	>	>	>	>
De activiteiten waren goed bereikbaar (4)	>	>	>	>	>	>
Door de georganiseerde activiteiten kreeg ik zin in de Dutch Grand Prix (5)	>	>	>	>	>	>
De activiteiten brengen mensen samen (6)	>	>	>	>	>	>

Page Break

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

- > Ja (1)
 - > Nee (2)
-

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

- > Ja (1)
 - > Nee (2)
-

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

- > Ja (1)
 - > Nee (2)
-



Beleving 5. 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 (0)
1. Ik zal het evenement nog bijzonder lang blijven herinneren (Beleving_1)	>	>	>	>	>	>
2. Ik ben diep onder de indruk geraakt van het evenement (Beleving_2)	>	>	>	>	>	>
3. Ik ben trots op het feit dat dit evenement in mijn regio heeft plaatsgevonden (Beleving_3)	>	>	>	>	>	>
4. Ik vind het volkomen terecht dat topsportevenementen naar mijn regio gehaald worden (Beleving_4)	>	>	>	>	>	>
5. Ik heb genoten van dit evenement (Beleving_5)	>	>	>	>	>	>
6. Ik ben positief verrast door het evenement (Beleving_6)	>	>	>	>	>	>
7. Ik vind het evenement een grote aanwinst voor mijn regio (Beleving_7)	>	>	>	>	>	>
8. Ik heb me veilig gevoeld gedurende het evenement (Beleving_8)	>	>	>	>	>	>
9. Ik ben mijn woonplaats gedurende het evenement ontvlucht (Beleving_9)	>	>	>	>	>	>

10. Ik heb overlast ervaren gedurende het evenement (Beleving_10)	>	>	>	>	>	>
11. Ik heb me behoorlijk gestoord aan het evenement (Beleving_11)	>	>	>	>	>	>
12. Ik ben vooraf goed geïnformeerd over het evenement (Beleving_12)	>	>	>	>	>	>
13. Ik vind het evenement de investeringen waard (Beleving_13)	>	>	>	>	>	>
14. Ik vind het onbegrijpelijk dat delen van het duingebied een week lang niet toegankelijk zijn (Beleving_14)	>	>	>	>	>	>
15. Het evenement druist in tegen mijn persoonlijke waarden (Beleving_15)	>	>	>	>	>	>
16. Het evenement versterkt mijn vriendschappen in mijn woonplaats (Beleving_16)	>	>	>	>	>	>

Page Break

Belang_Positief 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 onderstaande positieve effecten voor u zijn?

	(Heel) onbelangrijk (1)	Neutraal (2)	(Heel) belangrijk (3)
Het evenement levert inkomsten op voor regionale bedrijven/ondernemers (Belang_Positief_1)	>	>	>
Het evenement is goed voor de werkgelegenheid (Belang_Positief_2)	>	>	>
Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort en de omliggende gemeenten (Belang_Positief_3)	>	>	>
Het evenement zet Zandvoort en de omliggende gemeenten internationaal op de kaart (Belang_Positief_4)	>	>	>
Het evenement brengt mensen samen (Belang_Positief_5)	>	>	>
Het evenement maakt bewoners trots op hun regio (Belang_Positief_6)	>	>	>
Het evenement versterkt het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten (Belang_Positief_7)	>	>	>
Door het evenement ontwikkelt de regio zich (verbetering infrastructuur/publieke voorzieningen) (Belang_Positief_8)	>	>	>
Het evenement maakt mensen blij (Belang_Positief_9)	>	>	>

Belang_PToelichting

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

Page Break

Belang_Negatief

Ook al wordt 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 onderstaande negatieve effecten voor u zijn?

	(Heel) onbelangrijk (1)	Neutraal (2)	(Heel) belangrijk (3)
Het evenement zorgt voor geluidsoverlast (Belang_Negatief_1)	>	>	>
Het evenement zorgt voor schade aan het milieu (Belang_Negatief_2)	>	>	>
Het evenement zorgt voor hinder (bv weg afzettingen / parkeer problemen) (Belang_Negatief_3)	>	>	>
Het evenement kost geld van de belastingbetaler (Belang_Negatief_4)	>	>	>
Het evenement verstoort het dagelijks leven (Belang_Negatief_5)	>	>	>
Het evenement verdringt reguliere bezoekers (Belang_Negatief_6)	>	>	>
Het evenement leidt tot ongewenst gedrag (bv wildplassen, vandalisme) (Belang_Negatief_7)	>	>	>
Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders) (Belang_Negatief_8)	>	>	>

Belang_NToelichting

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

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


	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)
Naar mijn mening heeft mijn gemeente voordelen genoten van de Dutch Grand Prix (1)	>	>	>	>	>
Naar mijn mening heeft mijn gemeente nadelen ondervonden van de Dutch Grand Prix (2)	>	>	>	>	>

Gevoel_verandering 11. Is uw gevoel over het evenement (Dutch Grand Prix) de afgelopen drie jaar veranderd? Kunt u dit laten zien door de antwoordcategorie aan te kruisen die uw gevoel over de drie edities van de Dutch Grand Prix (DGP) het beste weergeeft?

	Heel negatief gevoel (1)	Negatief gevoel (2)	Neutraal gevoel (3)	Positief gevoel (4)	Heel positief gevoel (5)	Weet niet/geen mening (6)
DGP 2021 (3)	>	>	>	>	>	>
DGP 2022 (4)	>	>	>	>	>	>
DGP 2023 (1)	>	>	>	>	>	>

DGP_cijfer 12. Welk rapportcijfer geeft u aan de Dutch Grand Prix van 2023?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

DGP 2023 ()	
-------------	------------------------------------------------------------------------------------

DGP_cijfer_toelichti 13. Kunt u uw rapportcijfer van de DGP 2023 toelichten?

Betrok_sport 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)

Betrok_autosport 15. In hoeverre bent u liefhebber van autosport?

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

Betrok_evenement 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)
-

Demo_geslacht

17. Met welk geslacht identificeert u zich het meest?

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



Demo_geboortejaar 18. Wat is uw geboortejaar?

Demo_opleiding 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)
-



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

Page Break

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

QA Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst. 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