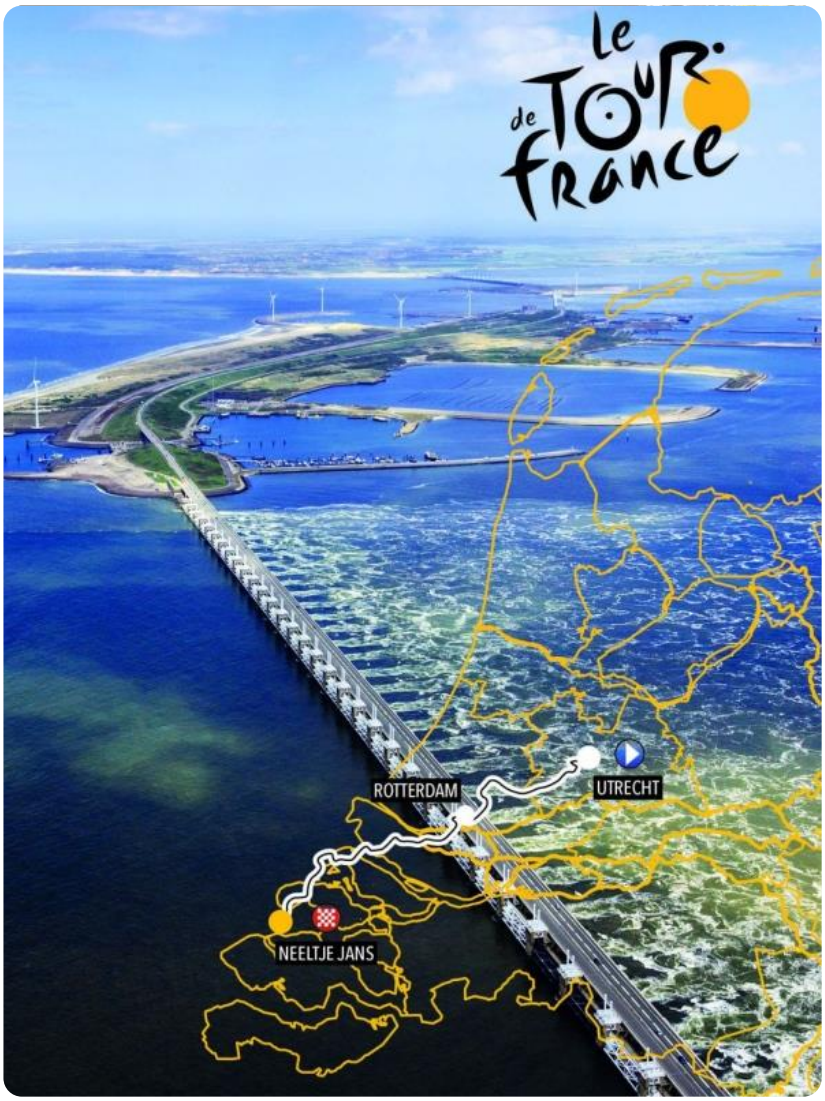
KENNISCENTRUM KUSTTOERISME



Tour de France Zeeland:

Geslaagd!





Provincie Zeeland

Le Tour de France arrivée zélande 2015

WWW.TOURDEFRANCEINZEELAND.NL

Inhoudsopgave

1. Inleiding 1
2. Omschrijving aanpak 2
   2.1 Toolkit evenementen 2
   2.2 Respons 3
3. Aanwezigen en kenmerken 4
   3.1 Aanwezigen 4
   3.2 Leeftijd 4
   3.3 Herkomst 5
   3.4 Eerder bezoek 5
   3.5 Bezoekmotieven 6
4. Economische impact 7
   4.1 Bestedingen tijdens het evenement 7
      4.1.1 Publiek 7
      4.1.2 Genodigden 8
      4.1.3 Tourkaravaan 8
      4.1.4 Samenvatting bestedingen 8
   4.2 Additionele economische impact 9
   4.3 Economische impact organisatie 13
5. Sociaal-maatschappelijke impact 14
   5.1 Draagvlak bij bevolking 14
   5.2 Betrokkenheid van vrijwilligers 17
6. Merk-impact Zeeland 18
   6.1 Passendheid bij Zeeland 18
   6.2 Media-aandacht 20
7. Waardering evenement 22
   7.1 Rapportcijfers 22
   7.2 Herhaalbezoek 22
8. Duurzaamheid 23
9. Samenvattend 24

Bijlagen 25

1. Inleiding

Al jaren is geprobeerd om de Nederlandse etappe van de Tour de France een keer in Zeeland te laten eindigen. Dit jaar was het dan eindelijk zover. De tweede etappe van de Tour de France is op 5 juli 2015 gefinisht in Zeeland, op Neeltje Jans. De finish was een ultiem moment waarbij Zeeland de hele wereld heeft bereikt.

Vooraf werden er veel vragen gesteld over wat de Tour de France de provincie zou gaan kosten en opleveren. Voordat de Tour de France plaatsvond, zijn er verschillende schattingen gemaakt. Om in beeld te krijgen wat voor impact de Tour de France heeft gehad, heeft Kenniscentrum Kusttoerisme in opdracht van Provincie Zeeland een impactonderzoek uitgevoerd.

In 2014 heeft Kenniscentrum Kusttoerisme, in samenwerking met ZB Planbureau, in opdracht van Provincie Zeeland een evenemententoolkit ontwikkeld. Deze toolkit is ontwikkeld om meer inzicht te verkrijgen in de waarde van Zeeuwse evenementen. Er wordt niet alleen ingegaan op de economische waarde maar ook op de maatschappelijke en belevingsimpact en het aspect duurzaamheid. De evenemententoolkit is een bruikbare methode om de waarde van de Tour de France in beeld te brengen.

In dit rapport worden de resultaten vanuit het onderzoek gepresenteerd. In het eerste hoofdstuk wordt de onderzoeksaanpak nader toegelicht. Vervolgens wordt ingegaan op de bezoekerskenmerken. Vervolgens wordt de impact van het evenement beschreven, waarbij wordt ingezoomd op de economische impact, sociaal-maatschappelijke impact, merkimpact en ten slotte het aspect duurzaamheid.

2. Omschrijving aanpak

2.1 Toolkit evenementen

Kenniscentrum Kusttoerisme heeft in samenwerking met ZB Planbureau een evenemententoolkit ontwikkeld, die informatie verzamelt over verschillende thema's zoals bezoekerskenmerken, beleving, economische en sociaal-maatschappelijke impact. In deze toolkit is sprake van een online vragenlijst voor bezoekers en niet-bezoekers en een vragenlijst voor de evenementenorganisator/ opdrachtgever (voor dit onderzoek Provincie Zeeland).

Deze online vragenlijst is in 2014 ontwikkeld. De methode van WESP (Werkgroep Evaluatie Sportevenementen) lag hieraan ten grondslag, maar ook is hiervoor gekeken naar een groot aantal voorbeelden in binnen-en buitenland. De vragenlijst in de Zeeuwse evenemententoolkit wijkt op enkele punten af van de vragenlijst die door WESP wordt gehanteerd:

- Vraagstelling over het belang van evenement voor het bezoek aan de regio is sterk vereenvoudigd (in verband met bepalen additionele economische impact);
- Vraagstelling over betrokkenheid en beleving inwoners is sterk ingekort en vereenvoudigd.

Echter, in essentie wordt over deze onderwerpen uiteindelijk dezelfde informatie opgehaald. De evenemententoolkit combineert meerdere onderwerpen in één vragenlijst en biedt daardoor een completer beeld van de impact van de Tour de France voor de provincie.

De toolkit bestaat uit twee verschillende onderdelen. Allereerst is er een vragenlijst voor bezoekers en niet-bezoekers. Dit is een online enquête, die in de periode na het evenement werd ingevuld. Deze aanpak leidt tot betere en completere resultaten ten aanzien van bestedingen en beleving, bovendien zorgt dit ook voor efficiency in de verwerking van de resultaten.

Bezoekers en niet-bezoekers gebruiken dezelfde online enquête, maar niet-bezoekers kunnen een aantal onderwerpen overslaan. De bezoeker vult vragen in over persoonskenmerken, beleving van het evenement, passendheid bij Zeeland, trots, betrokkenheid en over de bestedingen. De niet-bezoeker wordt alleen bevraagd over de passendheid bij Zeeland en de meerwaarde van het evenement voor Zeeland.

Daarnaast is er een vragenlijst voor de organisator, in dit geval Provincie Zeeland. Hierbij gaat het o.a. om het aantal aanwezigen bij het evenement, de kosten en opbrengsten van de organisatie en duurzaamheidsmaatregelen die zijn getroffen. Provincie Zeeland heeft hierbij deels gegevens van de A.S.O.[1] gebruikt.

Voor de evaluatie van de Tour de France wordt aanvullend op de reguliere toolkit een extra peiling uitgevoerd bij het Zeelandpanel[2] van Kenniscentrum Kusttoerisme. Doel is om een globaal beeld te verkrijgen van de effecten van de Tour de France op het toeristisch bezoek aan Zeeland. Denk hierbij aan thema's als wat bezoekers het meest is bijgebleven van de Tour en wat de Tour heeft bijgedragen aan hun beeld van Zeeland. De resultaten vanuit dit Zeelandpanel worden begin 2016 aangeleverd bij Provincie Zeeland.

De volledige aanpak wordt nader toegelicht in een tabel in bijlage 1.

---

[1] De A.S.O. (Amaury Sport Organisation) is een Frans bedrijf dat gespecialiseerd is in het organiseren van grote sportevenementen. De A.S.O. is vooral bekend van de Tour de France en de rally Parijs-Dakar.

[2] Een panel bestaande uit 'fans van Zeeland', vooral toeristen, ca. 1800 panelleden

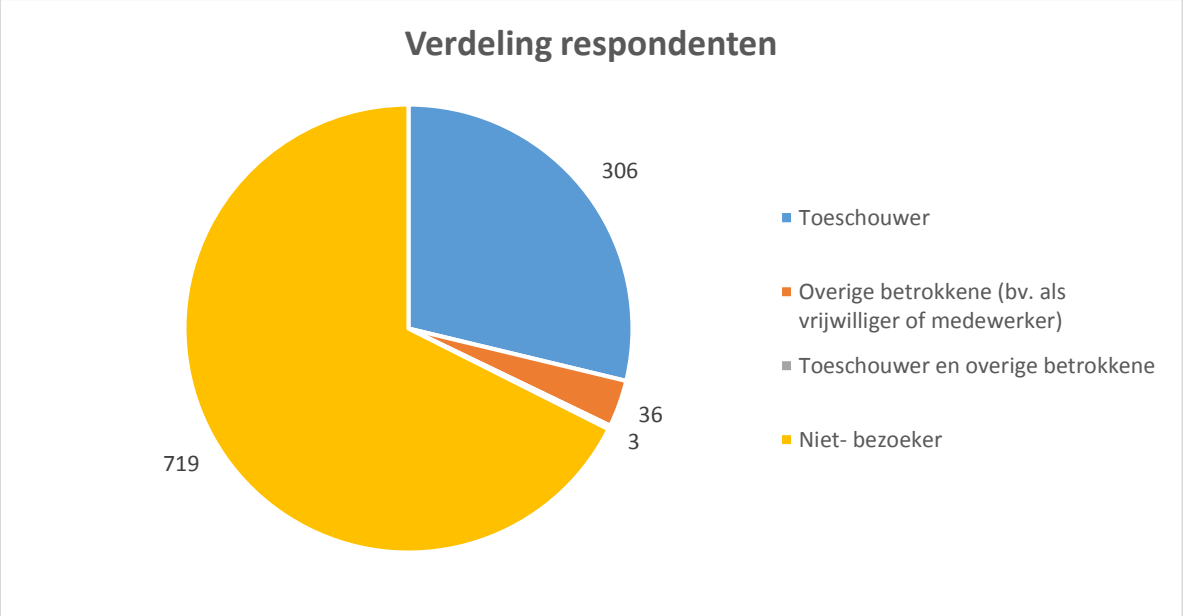
2.2 Respons

Om zoveel mogelijk bezoekers van de Tour de France te bereiken met de online vragenlijst, hebben enquêteurs langs het parcours e-mailadressen van bezoekers verzameld. In totaal zijn 499 e-mailadressen verzameld. Deze bezoekers hebben de dag na de Touretappe een e-mail ontvangen met het verzoek de vragenlijst in te vullen. Hiervan hebben 216 personen de vragenlijst ingevuld, een respons van 43%.

Om de niet-bezoekers te bereiken is de vragenlijst via Zeepeil uitgezet. Zeepeil is een initiatief van ZB Planbureau en University College Roosevelt en betreft een panel van 1223 Zeeuwen die met enige regelmaat meedoen aan een internetonderzoek. Voor het onderzoek naar de Tour de France is het gehele panel bevraagd. 632 panelleden hebben de vragenlijst ingevuld, een respons van 52%.

Aanvullend is het onderzoek bekend gemaakt via verschillende kanalen en media. Via deze kanalen hebben nog eens 216 personen de vragenlijst ingevuld.

In totaal hebben 1064 respondenten de vragenlijst ingevuld, waaronder 345 bezoekers en 719 niet-bezoekers. Van deze 345 bezoekers hebben 306 bezoekers het evenement bezocht als toeschouwer en 36 als overige betrokkene, bijvoorbeeld als medewerker of vrijwilliger. Drie bezoekers waren zowel toeschouwer als overige betrokkene.



Wanneer in dit rapport gesproken wordt over bezoekers, gaat het om 309 respondenten (306 bezoekers die het evenement bezocht hebben als toeschouwer plus de drie bezoekers die zowel toeschouwer als overige betrokkene (bijvoorbeeld medewerker of vrijwilliger waren)).

Voor bezoekers geldt dat de resultaten met deze respons een betrouwbaarheid hebben van 90%, voor de niet-bezoekers 95%.

3. Aanwezigen en kenmerken

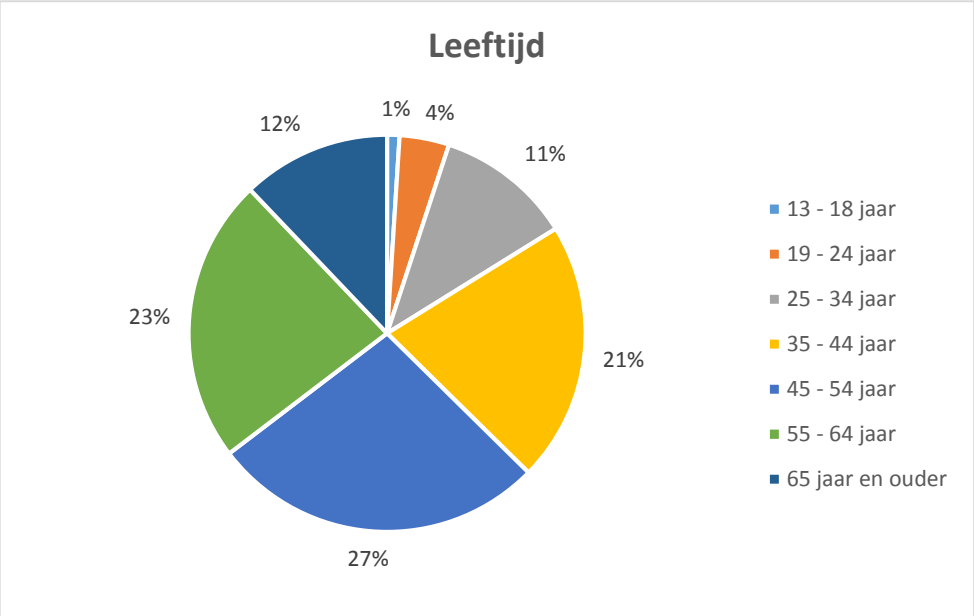
3.1 Aanwezigen

In onderstaande tabel is zichtbaar hoeveel aanwezigen er waren tijdens de Tour de France in Zeeland. Het evenementengebied omvat de Brouwersdam tot finishlocatie Neeltje Jans, 20 kilometer in totaal. Tijdens het evenement zijn de bezoekers in het finishgebied van Neeltje Jans geteld door de organisatie. De overige bezoekers zijn geschat op basis van televisiebeelden. Omdat niet precies duidelijk is om hoeveel overige bezoekers het gaat, wordt gewerkt met een minimum- en maximumscenario.

Aantal aanwezigen	Minimumscenario	Maximumscenario
Publiek	135.000	175.000
Genodigden	2.000	2.000
Wielerploegen (incl. renners en medewerkers)	750	750
Medewerkers A.S.O.	4.000	4.000
Pers	2.400	2.400
Vrijwilligers	250	250
	144.400	184.400

3.2 Leeftijd

Als gekeken wordt naar de leeftijd van de bezoeker bestaat de meerderheid uit de leeftijdscategorie tussen de 45 en 54 jaar (27%) gevolgd door de leeftijdscategorie 55-64 jaar (23%).

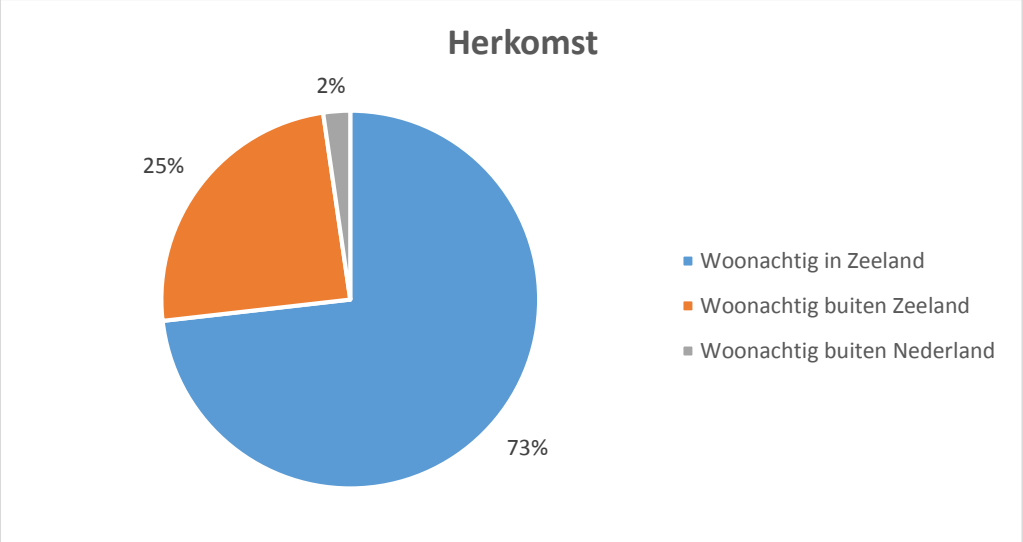


N=309

3.3 Herkomst

73% van alle bezoekers die de Tour de France in Zeeland hebben bezocht komt uit de Provincie Zeeland. Van de Zeeuwse bezoekers komt bijna 27% uit gemeente Middelburg. Daaropvolgend komt 15% uit gemeente Schouwen-Duiveland.

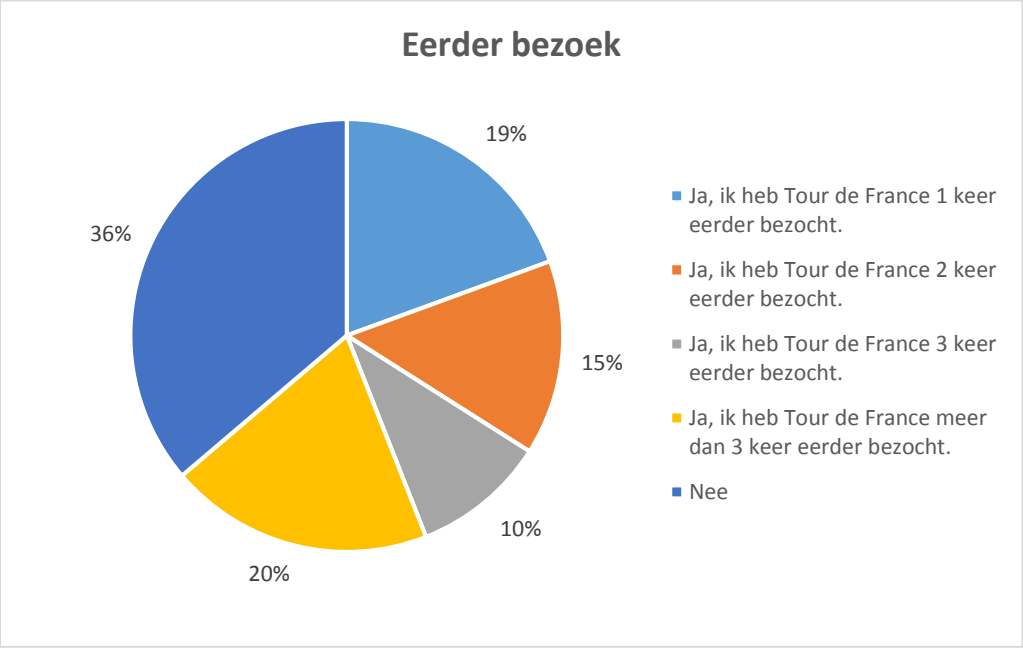
25% van de bezoekers is woonachtig buiten Zeeland en komt voornamelijk uit de provincies Noord-Brabant (42%) en Zuid-Holland (23%). De overige 2% is afkomstig uit Duitsland en België.



N=257

3.4 Eerder bezoek

Aan de bezoekers is gevraagd of hij/ zij de Tour de France in voorgaande jaren wel eens eerder hebben bezocht. Uit onderstaande grafiek kan geconcludeerd worden dat 64% van de respondenten de Tour de France één of meerdere keren bezocht heeft. 36% heeft de Tour de France niet eerder bezocht.

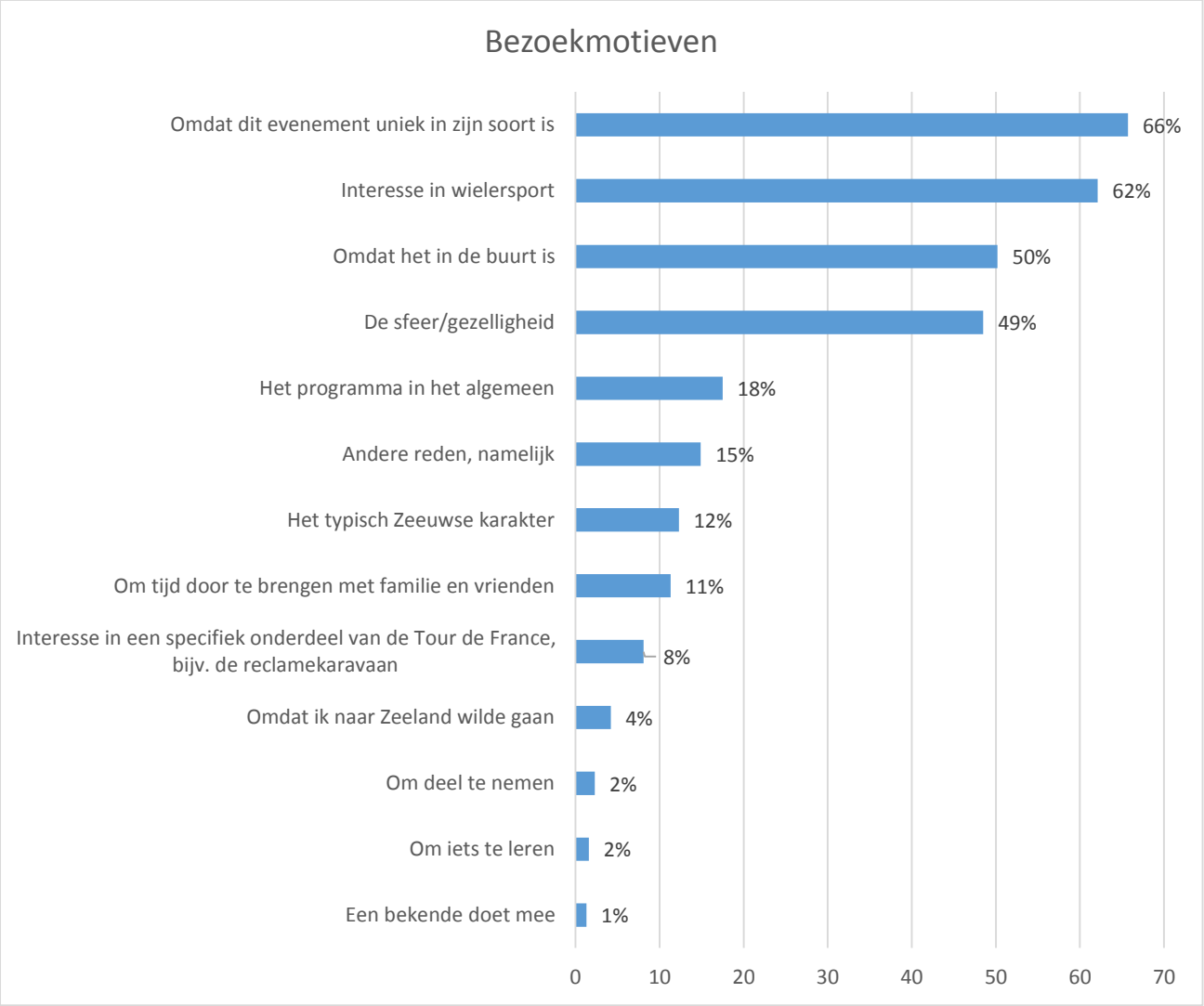


N=309

3.5 Bezoekmotieven

Er zijn verschillende redenen te benoemen waarom bezoekers de Tour de France in Zeeland hebben bezocht. De bezoeker heeft in de vragenlijst de drie belangrijkste redenen kunnen aangeven.
De meest genoemde reden is omdat dit evenement uniek is in zijn soort, gevolgd door interesse in wielersport en omdat het evenement in de buurt was.

15% geeft aan een andere reden te hebben om het evenement te bezoeken. Sommigen geven aan dat ze de Tour hebben bezocht vanwege de prachtige locatie, anderen willen de Tour gewoon een keer meegemaakt hebben. Enkelen hebben de Tour de France in Zeeland bezocht omdat ze trots zijn.



N=309

4. Economische impact

Bij de economische impact wordt onderscheid gemaakt tussen de totale bestedingen van bezoekers tijdens evenement, de additionele economische impact voor de regio en economische impact van de organisatie zelf.

4.1 Bestedingen tijdens het evenement

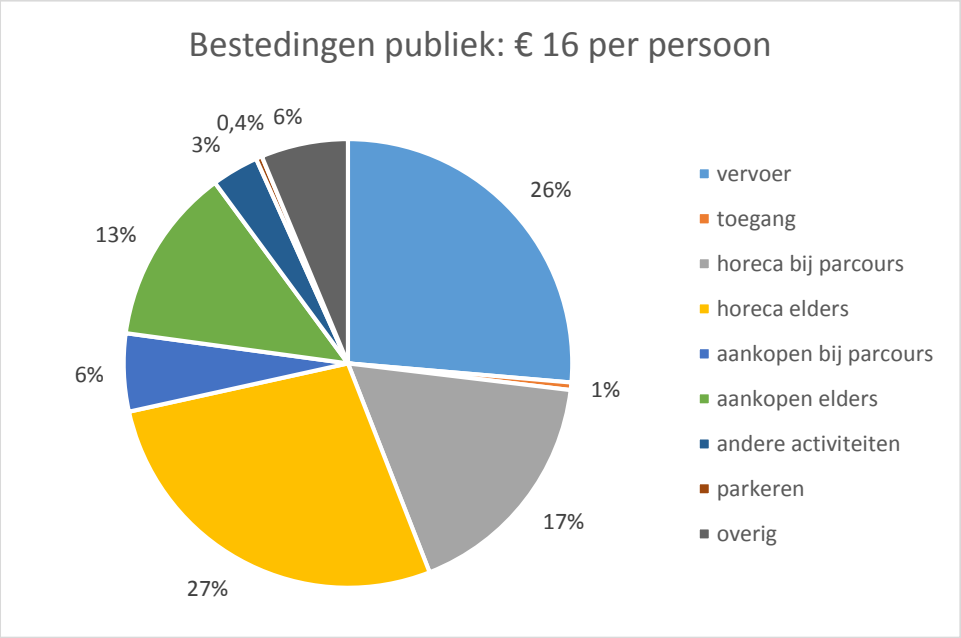
Tijdens het evenement is er sprake van meerdere soorten aanwezigen, ieder met hun eigen bestedingspatronen. Natuurlijk gaat het in belangrijke mate om toeschouwers. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden tussen het algemene publiek en genodigden (van sponsoren, van de organisatie etc.). Maar ook de Tourkaravaan zelf (het peloton, hun gevolg, de medewerkers van de A.S.O. en de pers) besteedt geld in Zeeland. Iedere groep wordt afzonderlijk beschreven om een zo compleet mogelijk beeld van de totale bestedingen te schetsen.

4.1.1 Publiek

Allereerst het publiek. Toeschouwers langs het parcours hebben gemiddeld € 16 per persoon uitgegeven. Reiskosten en horeca zijn de belangrijkste uitgavencategorieën: 44% van dit bedrag werd uitgegeven in de horeca, 17% bij het parcours en 27% elders. 26% werd uitgegeven aan reiskosten. Dit bedrag komt overeen met landelijke gegevens over uitgaven tijdens evenementen-bezoek, uit het ContinuVrijeTijdsOnderzoek blijkt dat in 2012-2013 gemiddeld € 16,32 per persoon werd uitgegeven.

Kijkend naar de locatie van de uitgaven, dan is zichtbaar dat 23% van de bestedingen terecht komt langs het parcours van de Tour de France (horeca, aankoop van bijv. merchandising). 77% van de bestedingen komt dus in de omgeving terecht, bijvoorbeeld bij omliggende horeca en winkels of als gevolg van reiskosten.

Uitgaande van 2 scenario's qua bezoekersaantallen, liggen de totale bestedingen van het publiek bij hun bezoek aan de Tour de France in Zeeland tussen € 2,12 miljoen en € 2,75 miljoen.



N=212

20% van de respondenten heeft overnacht op een andere locatie dan hun eigen woonadres. 23% van de personen die overnachten is afkomstig uit Zeeland, 72% uit de rest van Nederland en 5% uit België. Van de niet-Zeeuwen overnachtte 82% speciaal vanwege de Tour de France in Zeeland, 18% was al op vakantie in Zeeland.

De meesten kozen voor een verblijf op een camping (29%) of in een hotel of Bed & Breakfast (28%). 17% verbleef bij familie of vrienden en 16% op een bungalowpark. 10% koos voor een andere accommodatievorm, zoals met de camper langs het parcours of op een boot in een jachthaven.

De gemiddelde verblijfsduur is 2,6 nachten. De gemiddelde uitgaven per persoon per nacht bedragen € 14,30. Dit lijkt laag, maar vanuit het ContinuVakantieOnderzoek weten we dat de gemiddelde uitgaven voor een vakantie-overnachting in Zeeland € 19,70 bedragen. Het bedrag valt hier lager uit omdat een deel van de bezoekers bij vrienden of familie heeft overnacht.

Uitgaande van 2 scenario's qua bezoekersaantallen, liggen de totale bestedingen aan overnachtingen tussen € 1,02 miljoen en € 1,32 miljoen.

4.1.2 Genodigden

De genodigden zijn een bijzondere groep toeschouwers. Zij worden uitgenodigd door de organisatie en/of sponsoren. De bestedingen worden niet door de genodigden zelf gedaan, maar door de uitnodigende partij. Vanuit de enquête is hierin enig inzicht verkregen, door te kijken naar respondenten met een bovengemiddeld uitgavenpatroon. Het gaat om 25 respondenten die gemiddeld € 371 per persoon uitgaven. Omdat nadere gegevens ontbreken, wordt in de berekening aangenomen dat dit bedrag geldt voor alle 2.000 genodigden. Hier vanuit gaande, komen de totale bestedingen voor dit gezelschap bedragen € 743.000.

4.1.3 Tourkaravaan

De Tourkaravaan bestaat uit 22 wielerploegen (renners en alle betrokken medewerkers, zo'n 1.000 in totaal), 4.000 medewerkers en 2.400 journalisten. De A.S.O. stelt dat de Tourkaravaan gemiddeld € 1 miljoen per dag uitgeeft aan eten en drinken, overnachtingen, vervoer, inhuur van materieel en personeel. Aangenomen wordt dat de helft van deze uitgaven terechtkomt in Zeeland. Dit wordt bijvoorbeeld ondersteund door het feit dat 11 van de 22 wielerploegen heeft overnacht in Zeeland.

4.1.4 Samenvatting bestedingen

Bestedingen	**Minimumscenario**	**Maximumscenario**
Publiek	€ 2.121.000	€ 2.750.000
Publiek - overnachtingen	€ 1.017.000	€ 1.318.000
Genodigden	€ 743.000	€ 743.000
Tourkaravaan	€ 500.000	€ 500.000
Vrijwilligers	---	---
Totaal	**€ 4.381.000**	**€ 5.311.000**

4.2 Additionele economische impact

Voor het bepalen van de additionele economische impact wordt gekeken naar de bezoekers van buiten Zeeland, die speciaal voor de Tour de France-etappe naar Zeeland zijn gekomen. Deze bezoekers spenderen geld in Zeeland vanwege het evenement, zonder de Tour zouden zij niet in Zeeland zijn. Bezoekers van buiten Zeeland die toch al in Zeeland waren, worden niet meegeteld. Hun koopkracht was immers al in Zeeland. Hetzelfde geldt voor de Zeeuwen zelf. Dit betekent dat de bestedingen die hiervoor beschreven zijn, niet allemaal additioneel zijn voor Zeeland.

Van het publiek is 25,5% afkomstig van buiten Zeeland. Van deze niet-Zeeuwse bezoekers is 80,5% speciaal vanwege de Tour naar Zeeland gekomen. Uitgaande van 2 scenario's qua bezoekers-aantallen, gaat het hierbij om een aantal van 28.000 tot 36.000 bezoekers. Deze aantallen worden vermenigvuldigd met de gemiddelde bestedingen per persoon, € 16. De totale additionele bestedingen van het publiek bedragen derhalve € 440.000 tot € 566.000.

In paragraaf 4.1.1 is berekend dat de totale bestedingen aan overnachtingen tussen € 1,02 miljoen en € 1,32 miljoen bedragen. Echter, niet al deze bestedingen zijn toe te rekenen aan de Tour de France. Immers, een deel van de respondenten was al op vakantie in Zeeland en heeft tijdens die vakantie de Tour bezocht, men is niet speciaal vanwege de Tour naar Zeeland gekomen. Deze groep moet buiten beschouwing worden gelaten. Daarnaast geldt dat de bestedingen van Zeeuwen die elders overnacht hebben niet additioneel zijn voor de Zeeuwse economie. Economisch gezien was hun koopkracht al in Zeeland en mag deze niet worden benoemd als additioneel voor Zeeland. Wanneer we de bestedingen van deze groepen in mindering brengen op het totaal, dan resteren additionele bestedingen in een bandbreedte van € 483.000 tot € 626.000.

Voor de bestedingen van de overige aanwezigen geldt dat deze zonder de Tour niet zouden hebben plaatsgevonden. Deze bestedingen zijn dus additioneel voor Zeeland.

Samengevat liggen de additionele bestedingen tussen € 2,17 miljoen en € 2,44 miljoen.

Additionele bestedingen	Minimumscenario	Maximumscenario
Publiek	€ 440.000	€ 566.000
Publiek - overnachtingen	€ 483.000	€ 626.000
Genodigden	€ 743.000	€ 743.000
Tourkaravaan	€ 500.000	€ 500.000
Totaal	**€ 2.166.000**	**€ 2.435.000**

Het berekenen van de effecten van deze bestedingen voor de Zeeuwse economie vindt plaats met behulp van een input-outputmodel (IO-model). IO-modellen laten zien in welke sectoren de effecten van elke bestede euro terecht komen, uitgedrukt in output, toegevoegde waarde en werkgelegenheid. Daarom hanteert Kenniscentrum Kusttoerisme dit model altijd voor economische impactanalyses van toerisme, zoals bijvoorbeeld evenementen. Binnen de hogescholen wordt continu gewerkt aan de doorontwikkeling van kennis over economische effecten van toerisme. Dankzij de samenwerking in Kenniscentrum Kusttoerisme en in CELTH (Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality) kan deze kennis worden toegepast voor partijen in het werkveld.

Om het IO-model te kunnen gebruiken moeten bovengenoemde bestedingen eerst gecorrigeerd worden voor belastingen (BTW en evt. accijnzen). Daarna kunnen zij gedifferentieerd worden ingevoerd in het IO-model. Bestedingen aan horeca en overnachtingen worden ingevoerd in de bedrijfsklasse Horeca. Voor bestedingen aan vervoer moet een extra tussenstap worden uitgezet. Uitgaven aan openbaar vervoer worden toegewezen aan de bedrijfsklasse Vervoer en opslag. Uitgaven aan brandstof (bezoekers met auto, motor etc.) komen echter terecht in de detailhandel. Bestedingen aan recreatieve activiteiten, maar ook de bestedingen aan de VIP-arrangementen worden toegekend aan de bedrijfsklasse Cultuur, sport & recreatie (deze omvatten namelijk ook evenementenorganisaties). Bestedingen in de detailhandel mogen niet volledig worden toegewezen aan de Zeeuwse economie, omdat slechts een beperkt deel van deze producten daadwerkelijk in Zeeland geproduceerd is. Dit deel wordt toegewezen aan de sector Industrie. Vervolgens worden marges van bestedingen in de detailhandel toegewezen aan de sectoren handel- en vervoersmarges. De volledige berekening is beschikbaar bij Kenniscentrum Kusttoerisme. Na deze correcties kunnen consumentenbestedingen als input worden ingevoerd in het model.

In het model wordt vervolgens zichtbaar welke sectoren nodig zijn om de bestedingen mogelijk te maken: de horeca heeft bijvoorbeeld elektriciteit en gas nodig van energiebedrijven om gasten te kunnen bedienen. Deze directe en indirecte relaties worden met het IO-model inzichtelijk gemaakt. Uiteindelijk resulteert deze berekening in de toegevoegde waarde die gecreëerd wordt in de Zeeuwse economie en de werkgelegenheid die daarmee samenhangt.

Onderstaande tabel toont de effecten van de Tour de France (***minimumscenario***) voor de verschillende bedrijfsklassen in de Zeeuwse economie.

Minimumscenario	Gecorrigeerde bestedingen = Input	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (FTE)
A Landbouw, bosbouw en visserij		€ 3.500	0,0
B Delfstoffenwinning		€ 0	0,0
C Industrie	€ 4.500	€ 12.500	0,1
D Energievoorziening		€ 6.500	0,0
E Waterbedrijven en afvalbeheer		€ 500	0,0
F Bouwnijverheid		€ 2.000	0,0
G Handel		€ 34.500	0,6
H Vervoer en opslag	€ 10.500	€ 10.000	0,1
I Logiesverstrekkers en horeca	€ 940.000	€ 438.500	10,8
J Informatie en communicatie		€ 2.500	0,0
K Financiële dienstverlening		€ 2.000	0,0
L Verhuur en handel van onroerend goed		€ 5.500	0,0
M Specialistische zakelijke diensten		€ 10.000	0,1
N Verhuur en overige zakelijke diensten	€ 206.500	€ 139.000	2,9
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten	€ 2.500	€ 2.500	0,0
P Onderwijs		€ 1.500	0,0
Q Gezondheids-en welzijnszorg		€ 500	0,0
R Cultuur, sport en recreatie	€ 293.000	€ 165.000	2,5
S Overige dienstverlening		€ 2.000	0,0
Handels-en vervoersmarges	€ 65.000		
Totaal	**€ 1.522.000**	**€ 837.000**	**17,2**

Onderstaande tabel toont de effecten van de Tour de France (***maximumscenario***) voor de verschillende bedrijfsklassen in de Zeeuwse economie.

Maximumscenario	Gecorrigeerde bestedingen = Input	Toegevoegde waarde	Werkgelegenheid (FTE)
A Landbouw, bosbouw en visserij		€ 4.000	0,0
B Delfstoffenwinning		€ 0	0,0
C Industrie	€ 5.000	€ 14.000	0,1
D Energievoorziening		€ 7.500	0,0
E Waterbedrijven en afvalbeheer		€ 500	0,0
F Bouwnijverheid		€ 2.000	0,0
G Handel		€ 39.000	0,6
H Vervoer en opslag	€ 13.500	€ 12.000	0,1
I Hotels & Catering	€ 1.123.000	€ 523.500	12,8
J Informatie en communicatie		€ 3.000	0,0
K Financiële dienstverlening		€ 2.000	0,0
L Verhuur en handel van onroerend goed		€ 6.000	0,0
M Specialistische zakelijke diensten		€ 10.500	0,1
N Verhuur en overige zakelijke diensten	€ 206.500	€ 139.500	2,9
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten	€ 3.000	€ 2.500	0,0
P Onderwijs		€ 1.500	0,0
Q Gezondheids-en welzijnszorg		€ 500	0,0
R Cultuur, sport en recreatie	€ 297.500	€ 167.500	2,5
S Overige dienstverlening		€ 2.500	0,0
Handels-en vervoersmarges	€ 70.500	€ 0	
Totaal	**€ 1.719.000**	**€ 938.000**	**19,5**

De economische impact van de Tour de France heeft ertoe geleid dat de Zeeuwse economie extra toegevoegde waarde heeft gecreëerd, in de bandbreedte van € 837.000 tot € 938.000. Uitgedrukt in werkgelegenheid gaat het om 17,2 tot 19,5 FTE.

	Additionele bestedingen	Gecorrigeerde bestedingen = Input	Toegevoegde waarde	Aantal FTE
Minimumscenario	€ 2.166.000	€ 1.522.000	€ 837.000	17,2
Maximumscenario	€ 2.435.000	€ 1.719.000	€ 938.000	19,5

4.3 Economische impact organisatie

Niet alleen de bezoekers en de Tourkaravaan zorgen voor een economische impuls in de regio, ook de evenementen-organisatie zelf heeft inkomsten en uitgaven die extra kunnen zijn voor Zeeland. Om dit in beeld te brengen heeft Provincie Zeeland inzicht gegeven in de begroting van deze Tour de France-etappe.

Het totale budget van de Touretappe in Zeeland bedroeg € 1,6 miljoen (exclusief personele inzet). Dit budget is als volgt opgebouwd en werd bijeengebracht vanuit subsidies en sponsoren.

Projectbegroting - *waarvan sponsoren t.b.v. verwervingsfee*	€ 1.200.000 *€ 500.000*
Sponsoren overige inbreng	€ 400.000
Totaal (excl. Rijkswaterstaat)	**€ 1.600.000**

Daarvan kwam € 250.000 direct van het ministerie van VWS en dus van buiten Zeeland en kan daarom worden beschouwd als inkomende geldstroom voor Zeeland.

Maar het evenement maakt ook kosten en daarom is gevraagd welk deel van de uitgaven binnen Zeeland zijn gemaakt en welk deel daarbuiten. Alle inkoop en inhuur die buiten Zeeland heeft plaatsgevonden, leidt tot het weglekken van gelden. Daarom worden de uitgaven buiten Zeeland in mindering gebracht op de inkomsten die van buiten Zeeland komen.

Provincie Zeeland heeft per kostencategorie aangeduid welk deel van de inkoop / inhuur binnen Zeeland en welk deel buiten Zeeland heeft plaatsgevonden. Het merendeel van het budget is binnen Zeeland besteed, € 150.000 werd betaald aan partijen buiten Zeeland.

Zo kan de netto economische impact van de organisatie van de Tour de France-etappe worden berekend. Dit wordt samengevat in onderstaande tabel:

Inkomende gelden naar Zeeland	€ 250.000
Uitgaven buiten Zeeland	-€ 100.000
Netto economische impact Tour de France-etappe	**€ 150.000**

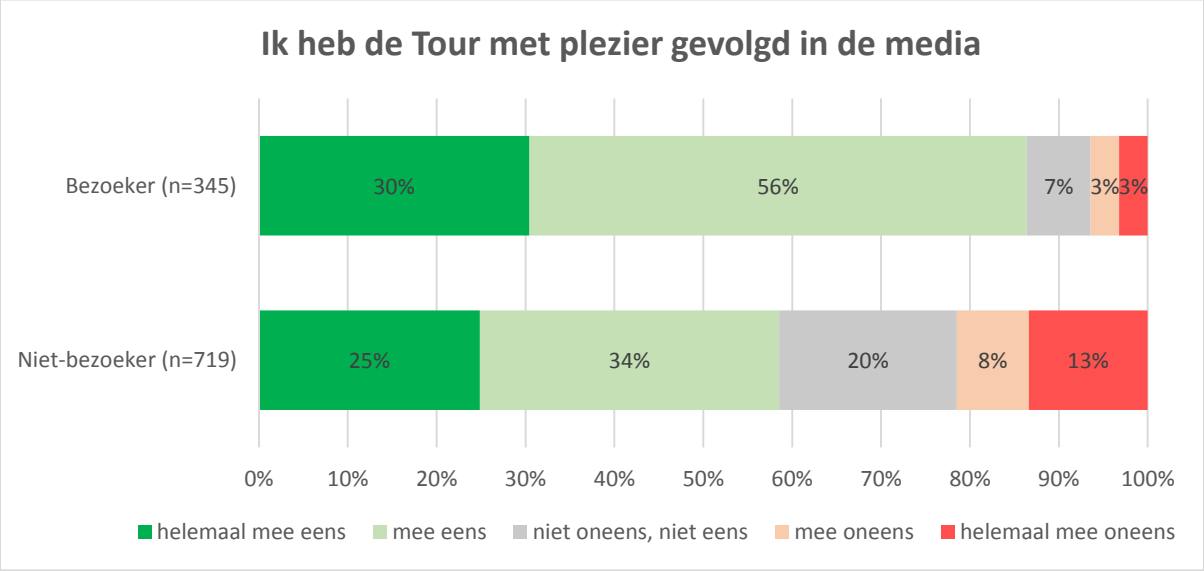
5. Sociaal-maatschappelijke impact

De sociaal-maatschappelijke impact wordt op twee manieren in beeld gebracht, enerzijds door het draagvlak te peilen bij de Zeeuwse bevolking, anderzijds door de mate van betrokkenheid van vrijwilligers.

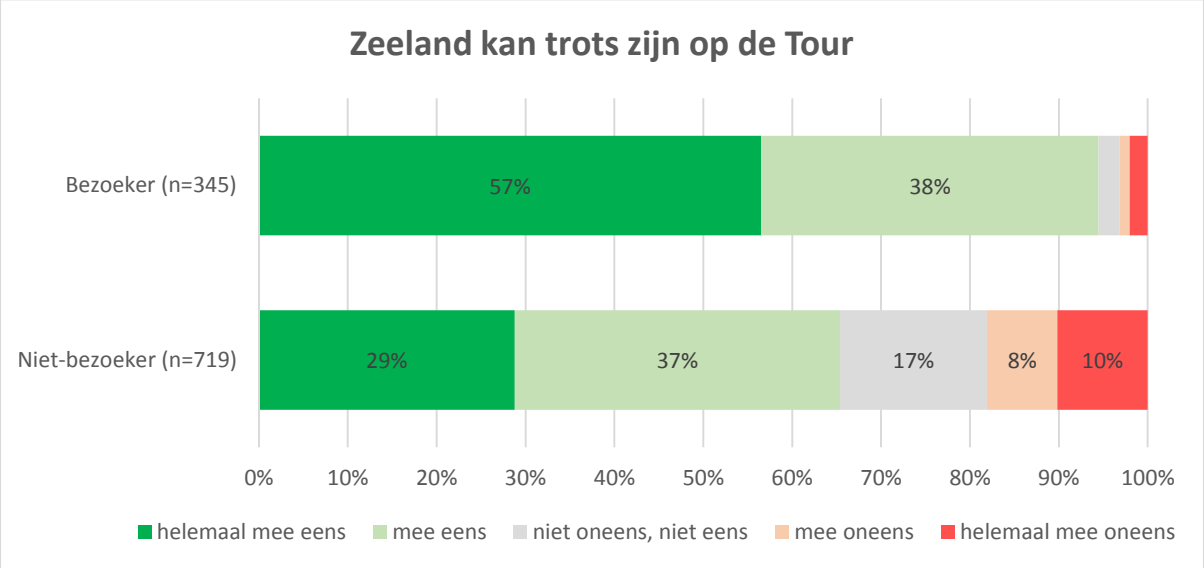
5.1 Draagvlak bij bevolking

Het draagvlak voor het evenement wordt gemeten door een aantal stellingen voor te leggen aan de Zeeuwse bevolking, zowel bezoekers als niet-bezoekers. Bezoekers van buiten Zeeland hebben deze vragen *niet* gekregen. Op deze manier wordt gemeten wat het maatschappelijke draagvlak is voor het evenement. In onderstaande grafieken wordt onderscheid gemaakt tussen bezoekers en niet-bezoekers. Bezoekers omvatten het publiek, genodigden en overige betrokkenen, zoals medewerkers en vrijwilligers.

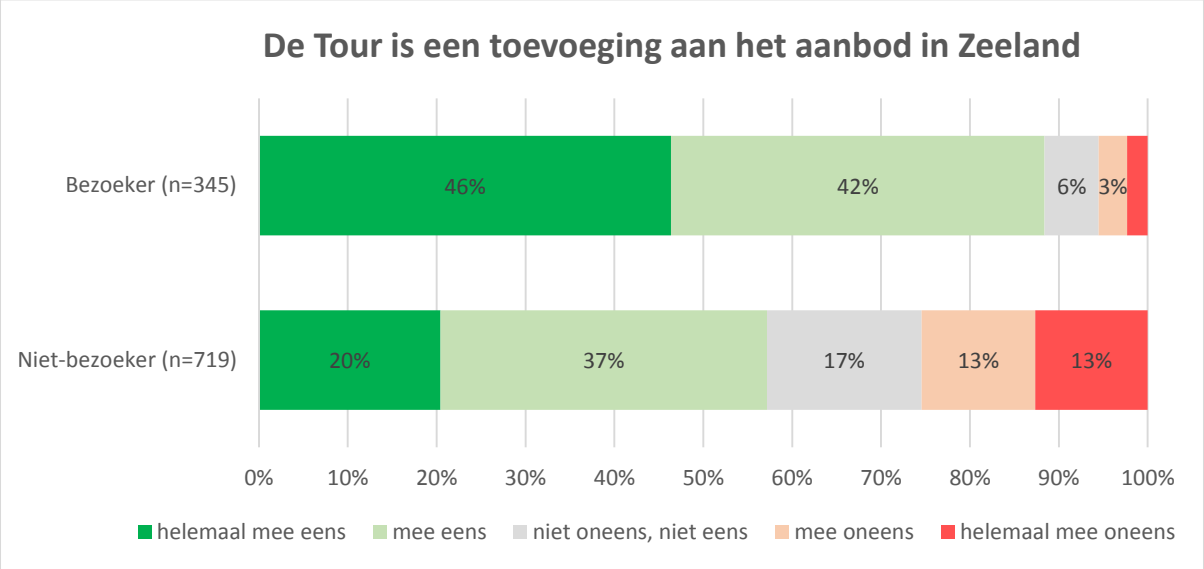
Uit onderstaande grafiek komt naar voren dat de Tour de France met plezier gevolgd is in de media. 86% van de bezoekers is het (helemaal) eens met deze stelling, bij de niet-bezoekers ligt dit percentage lager, namelijk 59%.



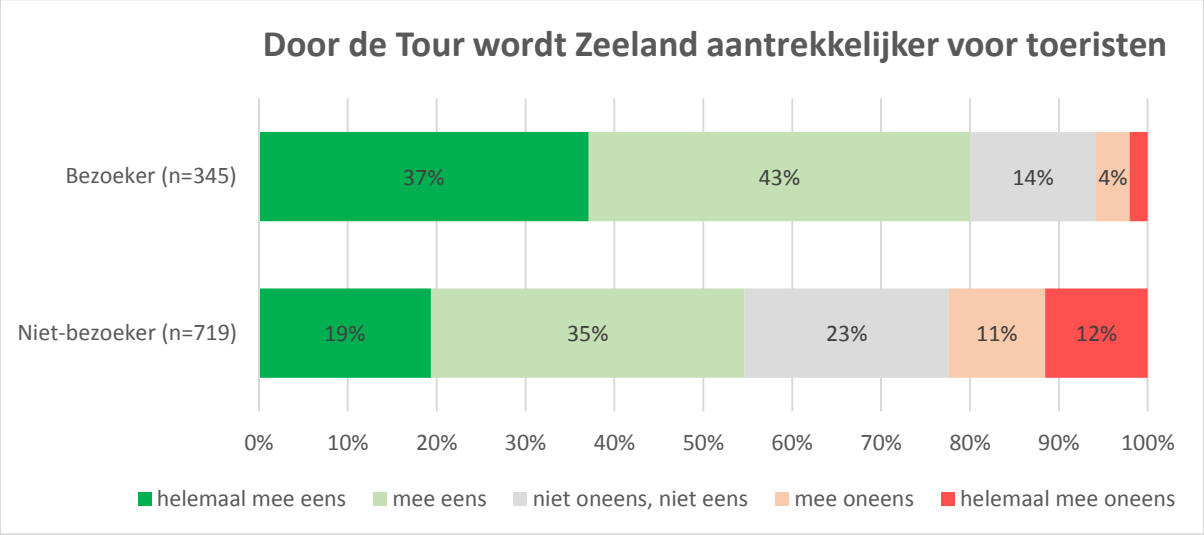
De bezoekers van het evenement zijn het in grote mate (95%) (helemaal) eens met de stelling over dat Zeeland trots is op de komst van de Tour de France. 66% van de niet-bezoekers is het (helemaal) eens met deze stelling.



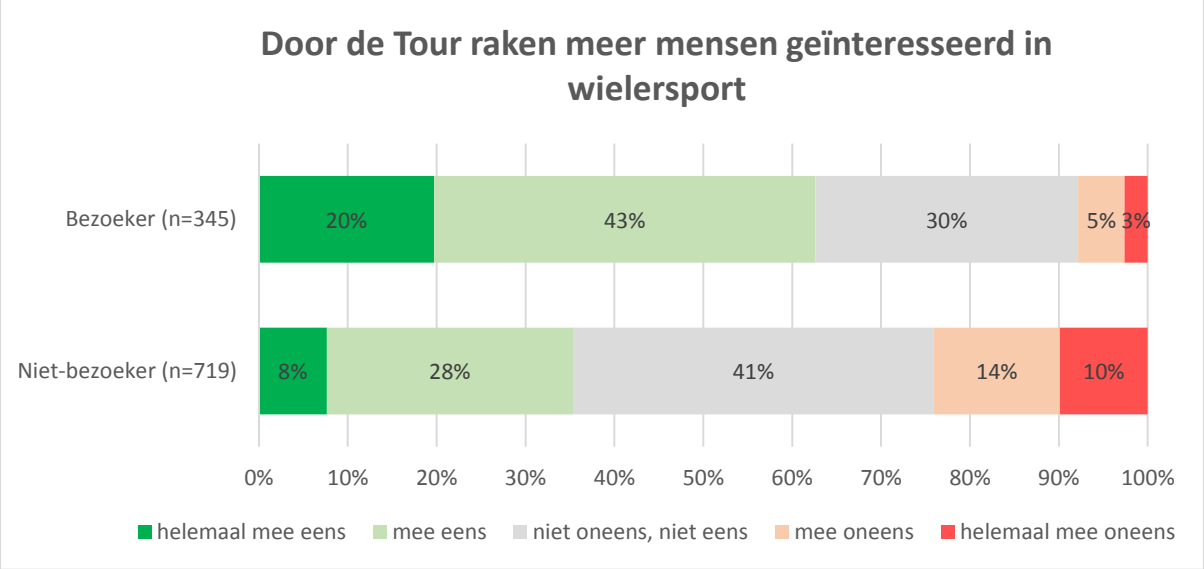
88% van de bezoekers is het (helemaal) eens met de stelling dat de Tour de France in Zeeland een toevoeging is aan het aanbod in Zeeland. 57% van de niet-bezoekers is het (helemaal) eens met deze stelling.



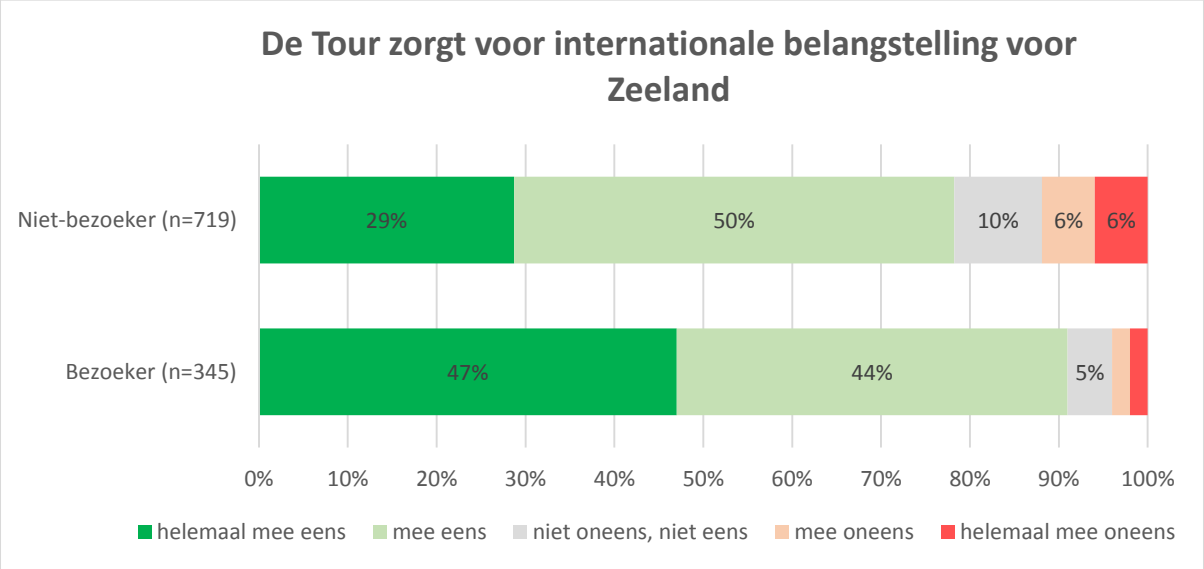
Uit het onderzoek komt naar voren dat door de Tour de France, Zeeland aantrekkelijker wordt voor toeristen. 80% van de bezoekers is het hier (helemaal) mee eens en 54% van de niet-bezoeker is het hier (helemaal) mee eens.



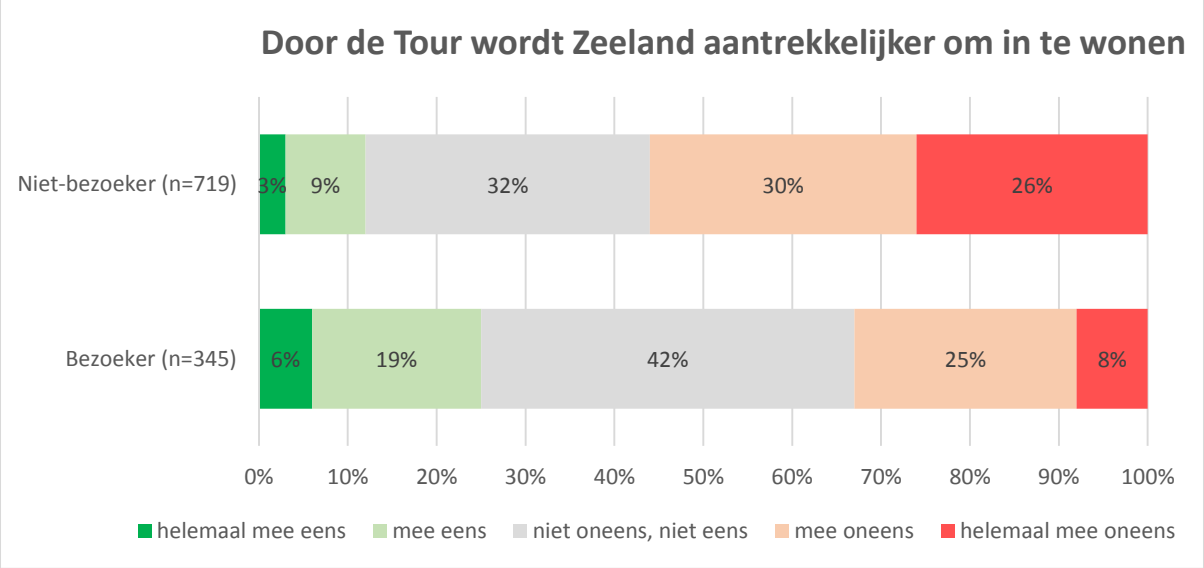
53% van de bezoekers vindt dat er door de Tour de France meer mensen geïnteresseerd raken in de wielersport. 30% van de bezoekers heeft geen mening over deze stelling en geven aan niet oneens maar ook niet eens te zijn. 36% van de niet-bezoekers is het (helemaal) eens met deze stelling en 41% van deze groep is het niet oneens maar ook niet eens.



Uit onderstaande grafiek blijkt dat de Tour de France in Zeeland heeft gezorgd voor internationale belangstelling. Bijna iedereen van de bezoekers en niet-bezoekers is het hier (helemaal) mee eens.



Op de stelling dat door de Tour de France Zeeland aantrekkelijker wordt om in te wonen, wordt minder positief gereageerd dan bij eerdere stellingen. Het merendeel van de bezoekers en niet-bezoekers is het met deze stelling niet oneens maar ook niet eens. 25% van de bezoekers is het met deze stelling oneens en 30% van de niet-bezoekers is het met deze stelling oneens.



5.2 Betrokkenheid van vrijwilligers

Een andere indicator voor maatschappelijk draagvlak is de betrokkenheid van vrijwilligers bij een evenement. Bij de Tour de France Zeeland waren in totaal 250 vrijwilligers betrokken.

6. Merk-impact Zeeland

6.1 Passendheid bij Zeeland

In de vragenlijst is de vraag gesteld of het evenement bij Zeeland past. Van de bezoekers vindt 95% de Tour de France bij Zeeland passen. Van de niet-bezoekers vindt 68% de Tour de France bij Zeeland passen. Bij deze vraag kon de respondent een toelichting geven waarom zij vonden dat dit evenement wel of niet bij Zeeland past.

Uit de open antwoorden blijkt dat de finishlocatie Neeltje Jans een unieke locatie is voor de Tour de France. Rondom de finishplaats van Neeltje Jans heerste er volgens de bezoekers een gezellige sfeer. Toch hopen de bezoekers de volgende keer op wat beter weer en geen regen. Overigens geven andere respondenten aan dat ze genoten hebben van de zon die doorkwam tijdens het finishmoment.

"Het was over de Oosterschelde kering een unieke cours. Er was veel te doen en het was gezellig, volgend jaar weer met beter weer".

De respondenten vinden dat het evenement past bij Zeeland omdat Zeeland een echte fietsprovincie is met haar verschillende elementen zoals de wind en de zee. De beelden van water en land worden prachtig gevonden. Een finish in zee wordt als uniek gezien.

"Het is een unieke locatie en de natuur is onvoorspelbaar. De wind, regen en zon maakt het rijden extra spannend".

Men vindt dat de Tour de France in Zeeland heeft gezorgd voor een goede promotie van de provincie. Volgens de respondenten heeft het prachtige beelden opgeleverd die de hele wereld zijn overgegaan. Veel tv-kijkers hebben de Zeeuwse beelden bekeken en hebben kunnen zien hoe uniek landschap Zeeland heeft.

"Prachtige beelden van de zee, omgeving, de Deltawerken die dan vervolgens de hele wereld overgaan. In één woord: geweldig! Kijk de beelden maar terug, gewoon kippenvel!".

Men vindt dat door de Tour de France in Zeeland de provincie ook als een echte vakantiebestemming is neergezet. Er is door dit evenement kans op meer toeristen en mogelijk heeft het ook een meerwaarde voor het wielrentoerisme.

Respondenten vinden dat Zeeland een echte wielerprovincie is (meer dan de gemiddelde Nederlander denkt). Er wordt aangegeven dat Zeeland natuurlijk ook een aantal Zeeuwse oud-renners kent. Zeeuwen houden van sport. Respondenten vinden het prachtig dat Zeeland zo'n groot en mooi evenement heeft binnengehaald.

Er zijn ook respondenten die vinden dat de Tour de France niet bij Zeeland past. De meerderheid van deze groep vindt dat de Tour een Franse aangelegenheid is en daarom niet thuishoort in Zeeland. Daarnaast vindt men dat de Tour meer in Frankrijk thuishoort vanwege de bergen en heuvels. De renners zouden niet op vlakke stukken willen rijden.

"Er geen bergen of heuvels zijn om op te klimmen of vanaf te gaan".


sport
toerisme
weersomstandigheden
uniek
wielerprovincie
zon
fietsprovincie
Tour
prachtig
wereld
beelden
uitstek
elementen
Zeeland
prachtige

6.2 Media-aandacht

Ook publicaties in de media dragen bij aan de merk-impact voor Zeeland. De Tour de France Zeeland heeft enorm veel media aandacht gekregen. Niet alleen in Zeeland maar ook nationaal én internationaal heeft de etappe in Zeeland veel aandacht gekregen. Ook via online kanalen is er sprake van een enorm bereik.

Voor de media-impact is een gespecialiseerd bureau in de arm genomen. Reclamebureau Triple Double, gespecialiseerd in sportmarketing heeft in opdracht van Provincie Zeeland een mediaonderzoek uitgevoerd. In dit rapport wordt een beeld geschetst van het media-bereik. De resultaten van dit onderzoek worden deels meegenomen in deze rapportage.

Het reclamebureau heeft inzichtelijk gemaakt wat de media-impact is geweest van de '…anders' campagne. Uit het onderzoek komt naar voren dat deze campagne goed gescoord heeft. Door middel van het versturen van ansichtkaarten, facebook app en dark posts zijn in totaal bijna 800.000 mensen bereikt uit zowel Nederland maar ook buitenland.

Uit het onderzoek blijkt dat de Tour de France in Zeeland voor hoge kijkcijfers heeft gezorgd. Zo heeft de provincie Zeeland minimaal 19 minuten lang 'air- time' gehad in ruim 190 landen. Duitsland (Sportschau) zond in totaal 34 minuten Zeeland uit en Vlaanderen (Sporza) zond in totaal 39 minuten Zeeland uit. Gemiddeld keken er tijdens de finish op Neeltje Jans ruim 2 miljoen Nederlanders. Op het hoogtepunt keken er zelfs 3.100.000 Nederlanders naar de koers. Neeltje Jans staat in de top 10 van internationaal best bekeken etappes in de afgelopen Tour de France. We kunnen concluderen dat ruim 11 miljoen mensen tegelijkertijd naar de finish op Neeltje Jans hebben gekeken. [3]

[3] Bron: Triple Double, wrap- up TDF/ anders Campagne, 2015

Hieronder een aantal nieuwsberichten vanuit verschillende media, zowel op regionaal en nationaal niveau.

Wereldwijd ruim half uur reclame voor Zeeland



Daniel Godinho Veiga
@Godinho_Veiga
Volgen

Er staan in Burgh-Haamstede steeds meer mensen langs de routel #tdfzeeland

12:16 - 5 juli 2015 · Schouwen-Duiveland, Zeeland, Nederland

Vrijdag 16 oktober 2015 | Het laatste nieuws het eerst op NU.nl

NU.nl > Algemeen > Binnenland

Voorpagina
Net binnen
Algemeen
Binnenland
Buitenland
Politiek
Economie
Geld
Ondernemen
Beurs
VW-schandaal
Sport
Voetbal
Crisis FIFA
ampions League
Formule 1



Peloton Tour de France onderweg naar finish in Zeeland

Gepubliceerd: 05 juli 2015 09:44

Tour zorgt voor extra belangstelling Deltawerken



Dankzij de Tour gingen beelden van Zeeland de wereld over

1 REACTIES (7)

06 juli 2015 | Laatste update: 06 juli, 12:03

7. Waardering evenement

7.1 Rapportcijfers

De bezoekers gaven het evenement gemiddeld een rapportcijfer van een 8,1. De sfeer, veiligheid en de behulpzaamheid van de medewerkers scoren op de verschillende onderdelen het hoogste. De prijzen van de catering worden als laagste beoordeeld met een 6,6.

Het geven van rapportcijfers voor de tevredenheid levert veelal een gemiddeld cijfer van een 7 op en is niet altijd de meest bruikbare indicator. In dit onderzoek zijn rapportcijfers gevraagd voor diverse onderdelen. Daardoor is meer grip te krijgen op de algemene tevredenheid. Bij de analyse van de onderstaande cijfers wordt gekeken naar de cijfers lager dan een 7. Wanneer de respondent een rapportcijfer van 7 of lager geeft, heeft dit onderdeel zeker aandacht nodig. In dit geval zijn dat de prijzen van de catering.

Vergeleken met andere grote nationale sportevenementen in het verleden scoort de Tour de France Zeeland iets hoger dan de rest.

Programma	7,4
Sfeer	8
Aankleding	7,5
Prijzen van de catering	6,6
Kwaliteit van de catering	7,5
Sanitaire voorzieningen	7
Bereikbaarheid	7,5
Veiligheid	8
Behulpzaamheid medewerkers	8
Totaalindruk Tour de France Zeeland	**8,1**

N=309

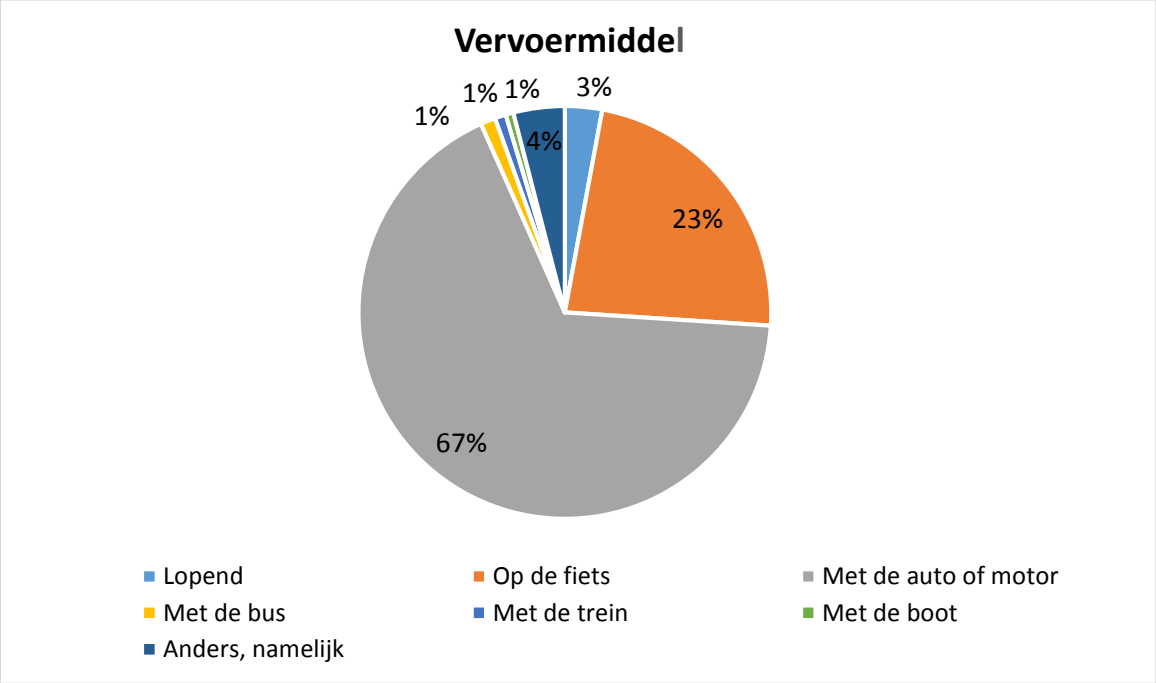
7.2 Herhaalbezoek

95% van de bezoekers heeft aangegeven een volgende editie van de Tour de France weer te bezoeken. 94% geeft aan dat zij het evenement zouden aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen.

8. Duurzaamheid

Provincie Zeeland heeft een aantal milieumaatregelen getroffen voor de Tour de France in Zeeland. Zo zijn bezoekers aangemoedigd om met de fiets naar het parcours te komen. Dit is gefaciliteerd door het plaatsen van duizenden fietsenstallingen.

Uit onderstaande grafiek blijkt dat de meerderheid van de bezoekers (67%) met de auto naar het evenement is gekomen. 23% van de bezoekers heeft het evenement bereikt per fiets.



N= 309

Overige milieumaatregelen zijn het recyclen van afval en het gebruik van lokale/regionale producten bij de catering. Hierover zijn verder gegevens bekend.

9. Samenvattend

Dit jaar was het dan zover; de tweede etappe van de Tour de France is op 5 juli jongstleden gefinisht in Zeeland. Een goed moment om Zeeland over de hele wereld op de kaart te zetten. Om de waarde van dit grote evenement inzichtelijk te maken heeft Provincie Zeeland opdracht gegeven voor een impactonderzoek.

Er wordt positief terug gekeken op een succesvol evenement. Dat is de algemene conclusie die getrokken mag worden. Het evenement is op een aantal doelstellingen getoetst. Een belangrijke graadmeter is de economische impact, de impact op de eigen inwoners, maar ook de media-impact speelt een rol. Dit draagt allemaal bij aan het succes van in dit geval de Tour de France.

Het investeren in een groot evenement levert ook in de regio Zeeland een rendement op. De totale bestedingen die zijn gedaan door het publiek, genodigden en de Tourkaravaan bedragen in totaal tussen € 4,38 miljoen en € 5,31 miljoen. Hiervan was € 2,17 miljoen tot € 2,44 miljoen additioneel voor de Zeeuwse economie. Economisch gezien, heeft de investering van € 1,6 miljoen voor de Tour zichzelf dus royaal terugverdiend.

Ook de belevingsimpact is zeer positief. De bezoekers zelf bleken heel tevreden en komen graag weer terug. En ook de niet-bezoekers hebben geen negatief beeld over de Tour in Zeeland. Een groot deel van de respondenten is van mening dat de Tour de France, Zeeland heel positief op de kaart heeft gezet; en dat wereldwijd. Verder vindt men wielrennen en fietsen ook zeker bij Zeeland passen, het slechte weer maakte de etappe misschien nog wel sterker. Al hopen de bezoekers een volgende keer op mooier weer.

De etappe van de Tour de France in Zeeland op een unieke locatie werd als geslaagd beschouwd. De finish was dan ook in het hart van LAND IN ZEE!

Bijlagen

Bijlage I: Overzicht gegevens

Bijlage II: Vragenlijst bezoeker en niet-bezoeker

	Vragenlijst bezoekers	Vragenlijst niet-bezoeker	Provincie Zeeland i.s.m. A.S.O.	Peiling Zeelandpanel
Aantal aanwezigen				
• Aantal toeschouwers langs parcours			x	
• Ploegen en entourage			x	
• Media			x	
Bezoekers				
• Reden bezoek evenement	x			
• Kenmerken bezoekers (herkomst, leeftijd)	x			
• Bekendheid evenement	x			
• Vervoermiddel	x			
Beleving evenement				
• Waarderingscijfer	x			
• Net promotor score (zou u het evenement aanbevelen)	x			
Merkimpact Zeeland				
• Passendheid Zeeland	x	x		
• Mediabereik			x	
• Impact op toerisme				x
Sociaal-maatschappelijk				
• Trots en betrokkenheid	x	x		x
• Aantal vrijwilligers			x	
Economische Impact				
• Verblijf in Zeeland en gerelateerde kosten	x			
• Bestedingen tijdens / rondom evenement	x			
• Bestedingen van ploegen, entourage, media			x	
• Inkomsten / uitgaven Provincie			x	

1	**Heeft u Tour de France in Zeeland bezocht?** *(U mag meer dan 1 antwoord aankruisen)*	*Multi-responsevraag*

Minimaal aantal vinkjes: 1

- ☐ Ja, als toeschouwer
- ☐ Ja, als overige betrokkene (bijv. als medewerker of vrijwilliger)
- ☐ Nee Ex

2	**Heeft u Tour de France in voorgaande jaren bezocht?**	*Single-responsevraag*

- ○ Nee
- ○ Ja, ik heb Tour de France 1 keer eerder bezocht.
- ○ Ja, ik heb Tour de France 2 keer eerder bezocht.
- ○ Ja, ik heb Tour de France 3 keer eerder bezocht.
- ○ Ja, ik heb Tour de France meer dan 3 keer eerder bezocht.

3	**Vanwege welke redenen heeft u Tour de France in Zeeland dit jaar bezocht? (Kruis de voor u 3 belangrijkste redenen aan.)**	*Multi-responsevraag*

Exact aantal vinkjes: 3

VRAAG 3 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- ☐ Om deel te nemen
- ☐ Het programma in het algemeen
- ☐ Interesse in wielersport
- ☐ Interesse in een specifiek onderdeel van de Tour de France, bijv. de reclamekaravaan

- ☐ Een bekende doet mee
- ☐ Omdat het in de buurt is
- ☐ Omdat ik naar Zeeland wilde gaan
- ☐ De sfeer/gezelligheid
- ☐ Om tijd door te brengen met familie en vrienden
- ☐ Om iets te leren
- ☐ Omdat dit evenement uniek in zijn soort is
- ☐ Het typisch Zeeuwse karakter
- ☐ Andere reden, namelijk

4 Hoe beoordeelt u Tour de France in Zeeland op de volgende aspecten? Geef een rapportcijfer tussen 1 en 10.

Tabelvraag (single response)

VRAAG 4 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	niet van toepassing	
programma	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
sfeer	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
aankleding	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
prijzen van de catering	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
kwaliteit van de catering	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
sanitaire voorzieningen	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
bereikbaarheid	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
veiligheid	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
behulpzaamheid van de medewerkers	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
totaalindruk van Tour de France in Zeeland	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

5 Vindt u Tour de France passen bij Zeeland? *Single-responsevraag*

- ○ Ja, omdat
- ○ Nee, omdat

6 Zou u een volgende editie van Tour de France in Zeeland weer bezoeken? *Single-responsevraag*

VRAAG 6 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- ○ Ja
- ○ Nee

7 Zou u Tour de France in Zeeland aanbevelen bij familie, vrienden en kennissen? *Single-responsevraag*

VRAAG 7 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- ○ Ja
- ○ Nee

8 Waar woont u? *Multi-levelvraag*

Minimaal aantal vinkjes: 1

- ○ In Zeeland, namelijk in de gemeente
  - ○ Borsele
  - ○ Goes
  - ○ Hulst
  - ○ Kapelle
  - ○ Middelburg
  - ○ Noord-Beveland
  - ○ Reimerswaal
  - ○ Schouwen-Duiveland
  - ○ Sluis
  - ○ Terneuzen
  - ○ Tholen
  - ○ Veere
  - ○ Vlissingen
- ○ Buiten Zeeland maar wel in Nederland
  - ○ Groningen
  - ○ Friesland
  - ○ Drenthe
  - ○ Overijssel
  - ○ Flevoland
  - ○ Gelderland
  - ○ Utrecht
  - ○ Noord-Holland
  - ○ Zuid-Holland
  - ○ Noord-Brabant

- Limburg
- Buiten Nederland
  - België
  - Duitsland
  - Frankrijk
  - Verenigd koninkrijk
  - Anders, namelijk

9 **Met welk vervoermiddel bent u naar Tour de France in Zeeland gereisd? Als u meerdere vervoermiddelen heeft gebruikt, kruist u dan het vervoermiddel aan waarmee u de grootste afstand heeft afgelegd.** *Single-responsevraag*

VRAAG 9 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- Lopend
- Op de fiets
- Met de auto of motor
- Met de bus
- Met de trein
- Met de boot
- Anders, namelijk

10 Bent u speciaal voor Tour de France naar Zeeland gekomen? *Single-responsevraag*

VRAAG 10 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

Alle onderstaande voorwaarden zijn waar:

+ en minstens één van onderstaande voorwaarden is waar:

-of vraag 8 is beantwoord met 2 (Buiten Zeeland maar wel in Nederland)

-of vraag 8 is beantwoord met 3 (Buiten Nederland)

+ en vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- ○ Ja, ik ben speciaal voor Tour de France naar Zeeland gekomen.
- ○ Nee, ik was al in Zeeland.

11 Heeft u in het kader van uw bezoek aan Tour de France in Zeeland ergens anders dan op uw vaste woonadres overnacht? *Single-responsevraag*

VRAAG 11 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- ○ Ja
- ○ Nee [>> Vraag 16.]

12 In welk type accommodatie heeft u overnacht? *Single-responsevraag*

VRAAG 12 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

Alle onderstaande voorwaarden zijn waar:

+ en vraag 11 is beantwoord met 1 (Ja)

+ en vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- ○ Bij vrienden/familie/kennissen
- ○ Hotel, pension of Bed&Breakfast
- ○ Bungalowpark
- ○ Camping
- ○ anders, namelijk ...

13 Kunt u aangeven hoeveel overnachtingen het betrof? *Open vraag (klein)*

VRAAG 13 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

- ☐ Vp

14	**Wat was de totale prijs van 1 overnachting in euros? (Rond af op hele euros en vul 0 in wanneer u niets heeft uitgegeven voor een overnachting)**	*Open vraag (klein)*

VRAAG 14 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

Alle onderstaande voorwaarden zijn waar:

+ en vraag 11 is beantwoord met 1 (Ja)

+ en vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

☐ Vp

15	**Op hoeveel personen heeft deze uitgave betrekking?**	*Open vraag (klein)*

VRAAG 15 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

Alle onderstaande voorwaarden zijn waar:

+ en vraag 11 is beantwoord met 1 (Ja)

+ en vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

☐ Vp

16 Hoeveel heeft u tijdens uw bezoek aan Tour de France in Zeeland ongeveer uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan het volgende? (Rond af op hele euros)

Tabelvraagplus

VRAAG 16 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

	aantal euros	
reiskosten naar het evenement (brandstof, openbaar vervoer)		
toegangskaarten		
horeca -bij het evenement		
horeca -buiten het evenement		
overige aankopen -bij het evenement (bijv. merchandising)		
overige aankopen - buiten het evenement (bijv. winkelen, boodschappen)		
andere activiteiten - buiten het evenement		
parkeren		
overige uitgaven		
ik weet alleen het totaal		

17 Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking? *Open vraag (klein)*

VRAAG 17 ALLEEN TONEN ALS AAN DE ONDERSTAANDE VOORWAARDEN WORDT VOLDAAN, INDIEN NIET VOLDAAN SPRING NAAR: **>> VOLGENDE VRAAG**

vraag 1 is niet beantwoord met 4 (Nee)

☐ Vp

18 Hieronder staat een aantal uitspraken over Tour de France in Zeeland. Wilt u aangeven in welke mate u het hiermee eens bent? *Tabelvraag (single response)*

	helemaal mee oneens	mee oneens	niet oneens, niet eens	mee eens	helemaal mee eens	
Ik heb de Tour de France in Zeeland met plezier gevolgd in de media.	○	○	○	○	○	
Zeeland kan trots zijn op de Tour de France.	○	○	○	○	○	
De Tour de France is een toevoeging aan het aanbod in Zeeland.	○	○	○	○	○	
Door de Tour de France wordt Zeeland aantrekkelijker voor toeristen.	○	○	○	○	○	
De Tour de France zorgt voor internationale belangstelling voor Zeeland.	○	○	○	○	○	

Door de Tour de France in Zeeland raken meer mensen geïnteresseerd in wielersport.	○	○	○	○	○	
Door de Tour de France wordt Zeeland aantrekkelijker om in te wonen.	○	○	○	○	○	

19 Wat is uw leeftijd? *Single-responsevraag*

- ○ 0 -12 jaar
- ○ 13 -18 jaar
- ○ 19 -24 jaar
- ○ 25 -34 jaar
- ○ 35 -44 jaar
- ○ 45 -54 jaar
- ○ 55 -64 jaar
- ○ 65 -74 jaar
- ○ 75 jaar en ouder

20 Wilt u kans maken op een gesigneerd T-shirt of op een tourpakket? Vul dan hieronder uw e-mailadres in. De prijzen worden verloot onder de deelnemers. *Open vraag (klein)*

☐