



HET VERBETEREN EN UITBREIDEN VAN HET VRIJETIJDSAANBOD VAN HUIZEN

SCRIPTIE - GEMEENTE HUIZEN - THARISHA VAN OOSTVEEN – 579332 – HUIZEN, 4 SEPTEMBER 2020

TITELPAGINA

Afstudeerorganisatie

Gemeente Huizen
Afdeling: Omgeving
Team: Omgevingsbeleid
Graaf Wichman 10
1276 KB Huizen
035 528 1911

Student

Tharisha van Oostveen

Studentnummer

579332

Afstudeerbegeleider vanuit organisatie

Mevr. Patricia van de Groep – Stadsmanager
gemeente Huizen
Dhr. Leo Detering – Beleidsmedewerker
economie, stadspromotie en toerisme

Opleiding

Tourism Management

Onderwijsinstelling

Hogeschool Inholland
Wildenborch 6, 1112 XB Diemen

Begeleider

Dhr. Karel Werdler

Datum

4 september 2020

Onderzoek docent

Mevr. Marlies van Hal

Plaats

Diemen-Zuid

Aantal woorden: 15.942

VOORWOORD

Voor u ligt het onderzoeksrapport voor de gemeente Huizen. Dit onderzoek betreft een afstudeeronderzoek voor de opleiding Tourism Management aan de Hogeschool Inholland in Diemen. Het is een adviesgericht onderzoek gericht op het verbeteren en uitbreiden van het vrijetijdsaanbod van de bestemming Huizen voor de riviercruisetoerist. Er komen elk jaar veel riviercruiseschepen aan in de haven van Huizen, al deze toeristen stappen meteen de bus in en vertrekken richting Amsterdam en andere toeristische bestemmingen in de omgeving. Dit is nadelig voor de gemeente Huizen, want zij missen hierdoor inkomsten van het toerisme. De gemeente Huizen is op zoek naar aanbevelingen wat betreft arrangementen die mogelijk kunnen worden ontwikkeld in samenwerking met lokale ondernemers om zo het vrijetijdsaanbod te verbeteren en uit te breiden.

Ik wil mijn opdrachtgever de gemeente Huizen bedanken dat ik dit onderzoek heb mogen doen voor hen. Ook wil ik mijn stagebegeleiders Patricia van de Groep en Leo Detering bedanken voor alle hulp, feedback en informatie die ik van hen kreeg gedurende de afstudeerperiode. Daarnaast wil ik ook mijn begeleider vanuit school, Karel Werdler, bedanken voor alle feedback en inzichten die hij mij heeft gegeven tijdens de kringssessies. Ook wil ik alle mensen bedanken die de tijd hebben genomen om met mij een interview te doen.

Dit onderzoeksrapport laat duidelijk zien hoe ik het vraagstuk heb opgelost en welke methodes en technieken ik hiervoor heb gebruikt.

Veel leesplezier,

Tharisha van Oostveen
Huizen, september 2020

SAMENVATTING

Jaarlijks komen er zo'n 40 tot 50 riviercruiseboten aan in de nieuwe gemeentehaven in Huizen. De toeristen die van deze boten afkomen gaan vaak meteen van boord en stappen in de bus naar Amsterdam of het Muiderslot, ze gaan dus niet Huizen zelf in. Dit is al enige tijd een probleem voor de gemeente Huizen, omdat de bestemming onbekend is en weinig vrijetijdsaanbod heeft passend bij de doelgroep riviercruisetoeristen. De gemeente Huizen zou graag oplossingsgericht advies ontvangen voor dit probleem.

Gebaseerd op de hierboven beschreven probleemsituatie is de volgende doelstelling opgesteld: *Inzicht verkrijgen in het verbeteren en uitbreiden van het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen voor de doelgroep riviercruisetoeristen ten einde aanbevelingen te geven over haalbare arrangementen en productontwikkeling door middel van samenwerkingen tussen lokale ondernemers.* De centrale vraag die hieruit voort kwam is: *Wat zijn de mogelijkheden om het huidige vrijetijdsaanbod¹ voor de riviercruisetoeristen² van de gemeente Huizen³ te verbeteren en uit te breiden?* Om de centrale vraag te beantwoorden zijn er vijf deelvragen opgesteld. Een aantal van deze deelvragen is opgesteld aan de hand van drie modellen namelijk: het Brand Experience Model van Pine & Gilmore, het Stakeholder Model van Freeman en het KANO-model. De deelvragen geven inzicht in het huidige vrijetijdsaanbod van Huizen, de wensen en behoeftes van de riviercruisetoeristen, wie de primaire stakeholders zijn, welke samenwerkingsovereenkomsten er al zijn tussen deze primaire stakeholders en wat de concrete mogelijkheden zijn om het vrijetijdsaanbod te verbeteren en uit te breiden. Om de deelvragen te kunnen beantwoorden is er literatuuronderzoek en veldwerk gedaan. Er is gekozen voor een mixed methode.

Het resultaat van dit onderzoek bestaat uit aanbevelingen over drie arrangementen bestaande uit verschillende authentieke elementen en samenwerkingen tussen lokale primaire stakeholders. Door middel van literatuuronderzoek en interviews met de gemeente zelf, de primaire stakeholders en Amsterdam Cruise Port werd het duidelijk dat er op dit moment weinig vrijetijdsaanbod is voor de doelgroep. Horeca, een bootje huren, smeden, het Huizer museum bezoeken en zeilen zijn het enige aanbod dat Huizen op dit moment aanbiedt passend bij de doelgroep. Vervolgens is er een online enquête opgesteld aan de hand van het Brand Experience Model van Pine & Gilmore en het KANO-model om erachter te komen wat de wensen en behoeftes zijn van de doelgroep. Vanwege het lage aantal respondenten zijn er aanvullend nog interviews gedaan met een rederij en Amsterdam Cruise Port.

De interesses die de respondenten vooral hebben zijn 'natuur', 'culinaire', 'sport' en 'cultuur'. Het soort activiteit dat de respondenten het liefst willen is een leerzame activiteit of een kunstzinnige of esthetische activiteit. Met het toepassen van het KANO-model kwam naar voren dat sanitaire voorzieningen een basis-eigenschap is voor de respondenten. Daarnaast verwacht de respondent goede uitleg en begeleiding (prestatie-eigenschap). Een eetgelegenheid wordt niet verwacht, maar zeker wel gewaardeerd (overtreffende-eigenschap). Uit de interviews met rederij Feenstra Lijn en Amsterdam Cruise Port kwam naar voren dat de riviercruisetoeristen vooral iets cultureel en authentieks zoeken in een arrangement. Hoe unieker het arrangement is hoe meer de riviercruisetoerist ervoor over zou hebben. In deelvraag 3 wordt het duidelijk welke primaire stakeholders betrokken zijn bij het huidige vrijetijdsaanbod. Voor deze deelvraag is er een interview

gedaan met Leo Detering van Team Beleid gemeente Huizen. Uit dit interview kwam naar voren dat de primaire stakeholders die zouden kunnen zorgen voor een vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist voornamelijk horecaondernemers, cultuurondernemers en winkeliers zijn. De primaire stakeholders die geïnterviewd zijn voor dit onderzoek zijn Annelied van Dijk, Rutger Siersma, Bart Reijn, Ron Bot, Jasper van Mill, Frans Kolk, Emile van Waegeningh, Arne Visser, Niels van den Boogaard en Arne Hopstaken. Deze ondernemers zijn onder andere van smederij Dochter van de Smid, Wijnadvies, de Botterwerf en het Fletcher Hotel Nautisch Kwartier. Om inzicht te krijgen in de huidige samenwerkingsovereenkomsten tussen de primaire stakeholders (genoemd hierboven) zijn hier ook vragen over gesteld tijdens het interview. Hieruit kwam vooral naar voren dat er weinig officiële samenwerkingsovereenkomsten zijn met elkaar en andere bedrijven. De stakeholders die wel een samenwerkingsovereenkomst hebben, bieden een combinatie van een activiteit, zoals smeden en horeca (dus een lunch of diner). Om uiteindelijk drie arrangementen aan te bevelen moet de onderzoeker eerst inzicht krijgen in wat de concrete mogelijkheden zijn voor de primaire stakeholders om het vrijetijdsaanbod te verbeteren en uit te breiden. De resultaten die hieruit zijn voort gekomen zijn een combinatie van de volgende activiteiten: een workshop met als thema oude ambachten, een stadswandeling met gids en smeed demonstratie, een wijnproeverij, varen met een sloep of ribvaart, een bezoek aan het Huizer museum in combinatie met lunch of diner bij Dickens, een workshop smeden in combinatie met een lunch of diner bij Porterhouse, een rondleiding, presentatie en eventueel varen op een oude botter bij de Botterwerf, horecamogelijkheden op de Botterwerf, een fietstocht door Huizen en Naarden Vesting en een fietsarrangement met e-bikes.

Om antwoord te kunnen geven op de centrale vraag zijn bovenstaande mogelijkheden uit deelvraag 5 gecombineerd met de wensen en behoeftes uit deelvraag 2 en de trends en ontwikkelingen uit hoofdstuk 1. Als antwoord op de centrale vraag 'Wat zijn de mogelijkheden om het huidige vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoeristen van de gemeente Huizen te verbeteren en uit te breiden?' kunnen de volgende mogelijkheden worden aangeboden: een stadswandeling met gids en een smeed-demonstratie, wijnproeverij, een tour door Huizen met verschillende stops, een bezoek aan het Huizer museum, een workshop smeden, een rondleiding, een presentatie eventueel gecombineerd met varen op een oude botter bij de Botterwerf en een fietsarrangement met e-bikes.

Met bovenstaande kennis en verkregen inzichten zijn er aanbevelingen gedaan. De aanbevelende arrangementen zijn:

1. Een wijnproeverij op de Botterwerf inclusief rondleiding verzorgd door Emile van Waegeningh en Frans Kolk van de Botterwerf en Rutger Siersma van Wijnadvies.
2. Een demonstratie bij Dochter van de Smid & rondleiding op de Botterwerf verzorgd door Emile van Waegeningh en Frans Kolk van de Botterwerf en Annelied van Dijk van Dochter van de Smid.
3. Een arrangement bestaande uit een culturele fietstour op e-bikes door Huizen met verschillende stops, verzorgd door Arne Visser van Gooise Fietsverhuur, Jasper van Mill bij Visser kaaswinkel en het Huizer museum.

Daarnaast zijn er nog een aantal andere win-win situaties aanbevelingen gemaakt.

INHOUDSOPGAVE

Hoofdstuk 1: De inleiding	8
1.1 <i>Aanleiding</i>	8
1.2 <i>Achtergrond</i>	8
1.2.1 <i>Missie</i>	8
1.2.2 <i>Visie</i>	8
1.2.3 <i>Ambities</i>	8
1.3 <i>Probleemanalyse</i>	9
1.3.1 <i>De oorzaak</i>	9
1.4 <i>Trends & ontwikkelingen</i>	10
Algemeen	10
Wereldwijd EU grootste markt.....	10
Riviercruisepassagiers – algemene typering internationale riviercruisepassagier	11
Intercontinentale en Europese reizigers	11
Thematische uitbreiding aanbod.....	11
Toename milieubewustzijn consumenten	12
Beleving en authenticiteit.....	12
1.5 <i>Doelstelling</i>	13
1.5.1 <i>De randvoorwaarden</i>	13
1.6 <i>Relevantie</i>	13
1.6.1 <i>Praktische relevantie</i>	13
1.6.2 <i>Maatschappelijke relevantie</i>	13
Hoofdstuk 2: De Inhoudelijke verkenning	14
2.1 <i>Wetenschappelijke verdieping</i>	14
2.2 <i>Stakeholder theorie model</i>	14
2.3 <i>Beleving – Brand Experience Model</i>	15
2.4 <i>het KANO-model</i>	16
2.5 <i>Waarom deze modellen?</i>	17
2.6 <i>Mentality model & Butler TALC model</i>	18
hoofdstuk 3: Vraagstelling	19
3.1 <i>De centrale vraag</i>	19
3.2 <i>De deelvragen</i>	19
hoofdstuk 4: De methodologie	21
4.1 <i>Overzicht Onderzoekstechnieken</i>	21
4.2 <i>Deskresearch</i>	22
4.3 <i>Fieldresearch</i>	22
4.3.1 <i>Interviews</i>	22
4.3.2 <i>Enquetes</i>	23
4.4 <i>Onderzoekspopulatie</i>	23
4.5 <i>Validiteit</i>	24
4.6 <i>Betrouwbaarheid</i>	24

4.7 Hiaten	24
Hoofdstuk 5: Resultaten.....	25
<i>Deelvraag 1: Wat is het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen voor de doelgroep riviercruisetoerist?.....</i>	<i>25</i>
<i>Deelvraag 2: Wat zijn de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist wat betreft het vrijetijdsaanbod van Huizen?</i>	<i>26</i>
<i>Deelvraag 3: Welke primaire stakeholders zijn betrokken bij het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen met betrekking tot de riviercruisetoeristen?.....</i>	<i>29</i>
<i>Deelvraag 4: Welke samenwerkingsovereenkomsten zijn er al tussen de primaire stakeholders?.....</i>	<i>31</i>
<i>deelvraag 5: Wat zijn de concrete mogelijkheden voor de primaire stakeholders in het verbeteren en uitbreiden van het vrijetijdsaanbod?.....</i>	<i>32</i>
Hoofdstuk 6: Conclusie.....	35
Hoofdstuk 7: Aanbevelingen.....	37
Hoofdstuk 8: Reflectie	40
Nawoord	41
Bibliografie.....	42
Bijlage.....	46
1. <i>Integrale Kustvisie Huizen</i>	<i>46</i>
2. <i>Best practices</i>	<i>48</i>
Productbudget.....	48
Product markt partners combinaties – PMPC.....	49
3. <i>Stakeholdermodel Freeman uitgewerkt.....</i>	<i>50</i>
4. <i>Pine & Gilmore model uitgewerkt.....</i>	<i>52</i>
5. <i>KANO-model uitgewerkt</i>	<i>54</i>
6. <i>Interviewvragen</i>	<i>57</i>
Gemeente Huizen	57
Primaire stakeholders.....	58
Rederijen.....	59
7. <i>Enquete</i>	<i>60</i>
8. <i>Interviews uitgewerkt.....</i>	<i>64</i>
interviews primaire stakeholders.....	64
interviews rederijen.....	94
Interview gemeente Huizen	103
9. <i>Resultaten enquete SPSS grafieken.....</i>	<i>107</i>
10. <i>Resultaten enquete SPSS tabellen.....</i>	<i>122</i>
11. <i>Chi-kwadraattoets.....</i>	<i>130</i>

FIGURENLIJST

Figuur 1 - Verdeling passagiers	9
Figuur 2 - Aantal actieve riviercruiseschepen per regio (Gemeente Lelystad & MRA bureau, 2019)...10	10
Figuur 3 - Afkomst riviercruisetoeeristen per jaar (bureau, 2019).	11
Figuur 4 - Stakeholder model Freeman (Stakeholders, 2018).....	15
Figuur 5 - Brand Experience model (Brand experience model van Pine en Gilmore, 2009)	15
Figuur 6 - KANO model (Managementmodellensite, 2018).....	16
Figuur 7 - Mentality model (Mentality model, 2019).....	18
Figuur 8 - Butler TALC-model (TALC model Butler , 2019).	18
Figuur 9 - Leeftijd respondenten.....	26
Figuur 10 - Interesses respondenten	27
Figuur 11 - Resultaten kust (OKRA landschapsarchitecten, 2019).	46
Figuur 12 - Resultaten Haven (OKRA landschapsarchitecten, 2019).....	47
Figuur 13 - Winnaars Productbudget 2018 (Productbudget , 2018).....	48
Figuur 14 - Screenshot interview Productbudget (Productbudget , 2018).	48
Figuur 15 - Twee van de winnaars (Productbudget , 2018).	49
Figuur 16 - Stakeholdermodel Freeman uitgewerkt	50
Figuur 17 - Grafiek KANO-model.....	56

TABELLENLIJST

Tabel 1 Onderzoekstechnieken.....	21
Tabel 2 Activiteiten Huizen	27
Tabel 3 Primaire stakeholders.....	30
Tabel 4 Soort activiteit	52
Tabel 5 Houding tijdens activiteit	52
Tabel 6 Basiseigenschappen	55
Tabel 7 Prestatie-eigenschappen.....	55
Tabel 8 Overtreffende-eigenschappen	56

HOOFDSTUK 1: DE INLEIDING

1.1 AANLEIDING

De nieuwe riviercruisebestemming Huizen, gelegen in de Metropoolregio Amsterdam (MRA), biedt ruimte voor twee riviercruiseschepen tot 135 meter tegelijkertijd. De MRA is het informele samenwerkingsverband van de provincies Noord-Holland en Flevoland, 32 gemeenten en Vervoersregio Amsterdam. Elke plaats die meedoet aan dit samenwerkingsverband heeft unieke kwaliteiten die elk een sterke bijdrage leveren aan het geheel. Diversiteit, zowel economisch als stedelijk en landschappelijk, is de kracht zegt de MRA (Metropool regio Amsterdam, 2020).

In 2018 heeft Huizen zijn haven opengesteld voor de riviercruisevaart en zijn er twee schepen ontvangen. In 2019 heeft Huizen al circa 40 schepen mogen ontvangen, waarvan een aantal motorchartervaartuigen. Er is walstroom en water bij de ligplaatsen aanwezig. Helaas is Huizen relatief onbekend bij rederijen en bij riviercruisebezoekers (Gemeente Lelystad & MRA bureau, 2019).

1.2 ACHTERGROND

De gemeente Huizen ligt in Noord-Holland in de MRA en wordt ook wel de haven van 't Gooi genoemd. Huizen is een dorp dichtbij Amsterdam en heeft 41.276 inwoners (VVV Huizen, 2019). Huizen ligt aan het Gooimeer waardoor er veel waterrecreatie is. Deze ligging geeft Huizen ook het voordeel van het ontvangen van de riviercruiseboten. Op dit moment bezoeken jaarlijks circa 40 riviercruiseboten de haven van Huizen. Deze riviercruisetoeeristen gaan van boord en stappen direct op de bus naar Amsterdam, Muiderslot of lopen rond in het Nautisch Kwartier of oude haven. De opdrachtgever, de gemeente Huizen, ziet dit als een gemiste kans voor de lokale en regionale economie. De ondernemers zijn geïnformeerd over de kansen om toeristen aan te trekken, maar toch worden er nauwelijks destiniemarketing inspanningen verricht (Detering, Interview stakeholders, 2020).

Dit onderzoek is uitgevoerd door een Inholland-studente in samenwerking met een beleidsteam van de gemeente Huizen. Binnen dit team is er vakkennis op het gebied van toerisme, stadspromotie en omgevingsbeleid in Huizen. De doelgroep van het onderzoek is riviercruisetoeeristen. Deze doelgroep is breed en divers. Later in dit onderzoek is de doelgroep uitgebreider toegelicht.

1.2.1 MISSIE

De missie van de gemeente Huizen is het verlenen van diensten aan de inwoners, bedrijven, organisaties en bestuur van Huizen (Gemeente Huizen, 2019).

1.2.2 VISIE

De visie van de gemeente Huizen is om een organisatie in beweging te zijn met een efficiënte bedrijfsvoering die klaar is voor de toekomst (Gemeente Huizen, 2019).

1.2.3 AMBITIES

De ambitie van de gemeente Huizen is een krachtig dorp in nieuwe verbanden te hebben. Zij willen de verworvenheden zoals een stabiele bestuurscultuur, een goede financiële basis en een betrokken gemeentelijkbeleid behouden en uitbreiden. Deze krachten willen zij gebruiken om een meer duurzame en inclusieve samenleving te creëren en om het economisch en toeristisch profiel van de gemeente te versterken (Gemeente Huizen, 2018-2022). Daarnaast heeft de gemeente Huizen ook een integrale kustvisie voor de bestemming. Meer informatie hierover is te vinden in bijlage 1.

1.3 PROBLEEMANALYSE

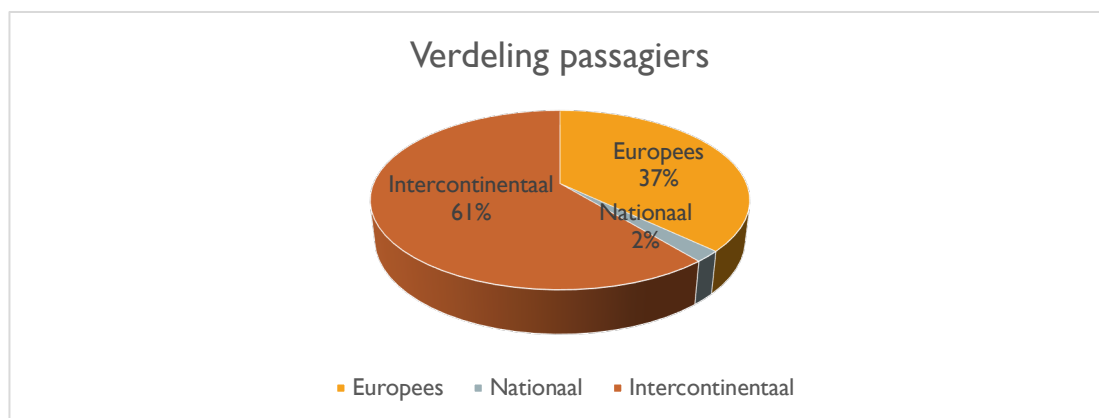
1.3.1 DE OORZAAK

Zoals beschreven is in paragraaf 1.2 is het al enige tijd een probleem voor de gemeente Huizen dat de riviercruisetoeristen van boord gaan en meteen richting andere toeristische bestemmingen, met name Amsterdam, gaan. Dit komt omdat de bestemming onbekend is en weinig vrijetijdsaanbod heeft dat past bij de doelgroep riviercruisetoeristen. De gemeente Huizen heeft als ambitie dat deze toeristen het oude centrum of de haven van Huizen ingaan in plaats van zich meteen te verplaatsen naar andere plaatsen in de omgeving. Amsterdam en andere grote bestemmingen zitten vast in het huidige programma van de rederijen. Dit zal ook zo blijven, maar de gemeente Huizen zou graag zien dat gasten hun verblijf in Huizen willen verlengen met een halve dag. Noodzakelijk hierbij is aanbevelen over het ontwikkelen van nieuwe arrangementen en/of producten die zijn afgestemd op de wensen en behoeften van de riviercruisetoeristen. Vanuit dit onderzoek is gekeken of de lokale ondernemers met elkaar arrangementen en toeristische producten kunnen ontwikkelen om zo de riviercruisetoerist aan te trekken (Detering, Interview stakeholders, 2020).

Dit probleem speelt al een geruime tijd, ook de ondernemers zelf weten hiervan af. Toch ondernemen ze zelf geen actie, dit doen ze niet omdat ze zelf niet de kennis, kunde en tijd hebben om het probleem op te lossen. Daarnaast is het bekend bij de gemeente dat de ondernemers eerst de zekerheid willen hebben dat er ook echt riviercruisetoeristen zullen komen en besteden voordat ze investeren. De gemeente is van mening dat er juist eerst aanbod moet worden gecreëerd voordat de riviercruisetoeristen zullen komen.

Allereerst is er onderzocht hoe de doelgroep 'riviercruisetoeristen' eruitziet. Volgens het rapport 'Economische Impact Riviercruisevaart in de ACP-Regio' van Amsterdam Cruise Port reist de riviercruisetoerist voornamelijk met zijn/haar partner en is het merendeel van deze doelgroep 65 jaar of ouder. Slechts 12 procent is jonger dan 45 jaar. De cruisepassagiers hebben een grote interesse in iconische bezienswaardigheden en cultureel aanbod. Daarnaast is het merendeel al gepensioneerd en heeft een hoog besteedbaar inkomen. De afkomst van de riviercruisetoeristen is verdeeld. 37 procent is Europees, 2 procent is nationaal en 61 procent is intercontinentaal. Deze verdeling kunt u vinden in het cirkeldiagram (figuur 1) hieronder (Koster, Economische Impact Riviercruisevaart in de ACP-Regio, 2018).

In een interview met Evert Koster van Amsterdam Cruise Port kwam ook naar voren dat er twee typen riviercruisetoeristen zijn: de eerste bezoekers die vooral iconische bezienswaardigheden willen zien zoals de Zaanse Schans en mensen die op herhaalbezoek komen en dus meer willen zien van Nederland dan alleen de iconische bezienswaardigheden, zij zijn echt geïnteresseerd in de cultuur van Nederland zelf (Koster, Project manager bij ACP, 2020).



FIGUUR 1 - VERDELING PASSAGIERS

De gemeente Huizen heeft gevraagd om onderzoek te verrichten met betrekking tot bovenstaande probleemstelling waarna een oplossingsgericht advies kan worden gegeven. Het onderzoek is gericht op advies voor het verbeteren en uitbreiden van het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen dan wel in de Regio Gooi en Vechtstreek om zo aanbevelingen te geven over het ontwikkelen van passende en innovatieve arrangementen.

De stakeholders in dit onderzoek zijn: de gemeente Huizen, de ondernemers in Huizen, de riviercruisetoeristen, cruisereederijen en de inwoners van Huizen. Tevens waren dit de respondenten voor het onderzoek met uitzondering van de inwoners van Huizen. De riviercruisetoeristen kwamen vanaf april aan in de haven van Huizen. De onderzoeker zou vanaf die periode ook gegevens afnemen bij de riviercruisetoeristen. De toegang en bereidheid zou hoog liggen, maar wegens COVID-19 daalde de toegang en bereidheid sterk. Meer hierover in hoofdstuk vier.

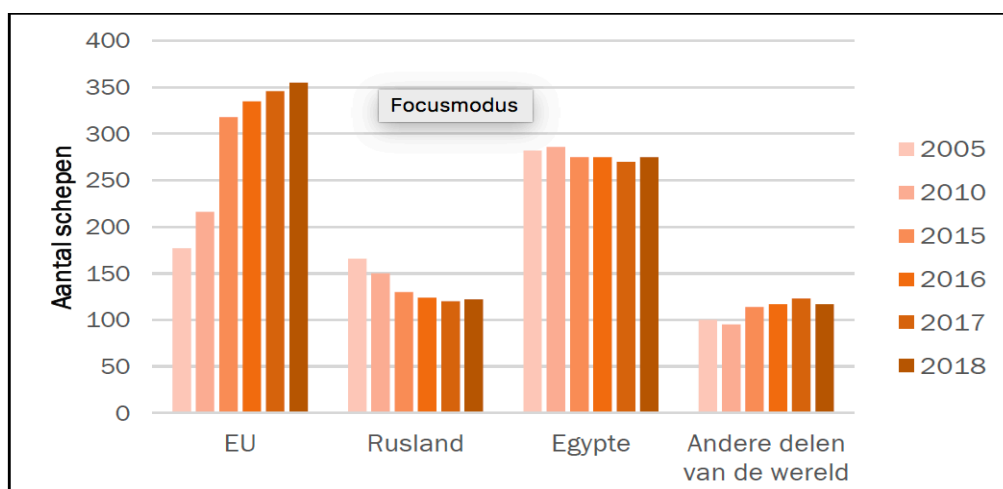
1.4 TRENDS & ONTWIKKELINGEN

ALGEMEEN

Vanaf de jaren '90 is de riviercruisemarkt wereldwijd, vooral in Europa, heel erg gegroeid. Toen het Main-Donau kanaal in 1992 geopend werd, kreeg de riviercruisevaart in Europa een flinke boost. Met de opening van dit kanaal kwam de mogelijkheid om van de Noordzee naar de Zwarte Zee te varen. Met name door deze ontwikkeling heeft Amsterdam en de rest van de MRA-regio zich kunnen ontwikkelen als begin- en eindpunt van de meeste riviercruise-reizen die touroperators aanbieden (Gemeente Lelystad & MRA bureau, 2019).

WERELDWIJD EU GROOTSTE MARKT

Met name als je kijkt naar de riviercruises in andere delen van de wereld, is de Europese riviercruisemarkt sterk gegroeid. Die locaties hebben op dit gebied stagnatie en soms zelfs daling van het aantal actieve schepen. Daarnaast is het geografische en thematische aanbod van de riviercruisemarkt in Europa uitgebreid. Door deze ontwikkeling is het aandeel van Europa in de wereldwijde riviercruisefloot toegenomen van 25 procent (2005) naar 41 procent (2018) (Gemeente Lelystad & MRA bureau, 2019). De exacte gegevens per werelddeel kunt u vinden in figuur 2.



FIGUUR 2 - AANTAL ACTIEVE RIVIERCRUISESCHEPEN PER REGIO (GEMEENTE LELYSTAD & MRA BUREAU, 2019).

RIVIERCRUISEPASSAGIERS – ALGEMENE TYPERING INTERNATIONALE RIVIERCRUISEPASSAGIER

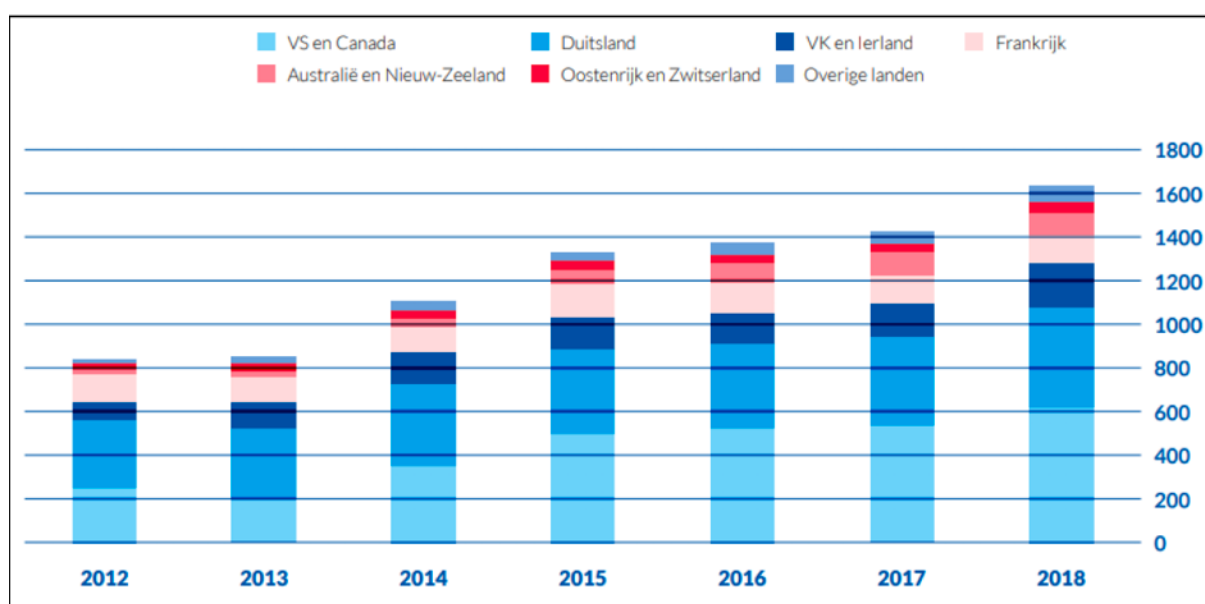
Het GfK, het grootste Duitse marktonderzoekinstituut, heeft in 2015 een onderzoek gedaan naar de riviercruise­passagier (GfK, 2019). Hieruit is onder ander gebleken dat de gemiddelde leeftijd van een internationale riviercruise­passagier tussen de 50 en 60 jaar ligt. Typerend aan deze passagier is dat een cultuur georiënteerde bezoeker met een bovengemiddeld besteedbaar inkomen is. Deze gasten hebben over het algemeen hoge verwachtingen op het gebied van dienstverlening en comfort aan boord. Daarnaast is de internationale riviercruise­passagier een ervaren reiziger (Gemeente Lelystad & MRA bureau, 2019).

INTERCONTINENTALE EN EUROPESE REIZIGERS

Veel touroperators richten zich op bepaalde segmenten binnen de riviercruisemarkt. Ze maken onderscheid op basis van nationaliteit van de passagier en het serviceniveau. Daarnaast zijn de marketingcampagnes ook vaak gericht op een bepaald geografisch gebied of land. De herkomst van de passagiers onderscheidt het serviceniveau van de touroperators. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden in twee hoofdgroepen reizigers:

1. De intercontinentale riviercruisereiziger: deze reiziger is afkomstig uit de VS, Canada en Australië. Zij verwachten een hoog luxe- en comfortniveau.
2. De Europese riviercruisereiziger: meestal Duits, Franse, Engelse en Nederlandse reizigers. Zij gaan vooral voor een scherpe prijs en een vaak kortere reis (Gemeente Lelystad & MRA bureau, 2019).

De exacte gegevens per afkomst kunt u vinden in figuur 3.



FIGUUR 3 - AFKOMST RIVIERCRUISETOERISTEN PER JAAR (BUREAU, 2019).

THEMATISCHE UITBREIDING AANBOD

Om ervoor te zorgen dat er ook een jongere doelgroep wordt bereikt, worden er steeds meer themarondvaarten aangeboden. Voorbeelden hiervan zijn de riviercruises die naar de kerstmarkten langs de Rijn gaan of culinaire cruises op de Rhône gericht op regionale specialiteiten (Gemeente Lelystad & MRA bureau, 2019). Thema cruisereizen zijn zeker erg populair onder de jongere doelgroep. Vooral gethematiseerde cruiseschepen die gebaseerd zijn op populaire film, tv shows en musicals zijn erg populair. Cruise thema's als 'Star Trek' zijn nu al uitverkocht voor volgend jaar (USA Today, 2020).

TOENAME MILIEUBEWUSTZIJN CONSUMENTEN

Touroperators merken dat de consument en de doelgroepen steeds meer om milieu en duurzaamheid geven. Hierdoor neemt de vraag en belangstelling voor de 'groene cruisevaart' toe. Bij deze cruises worden verscheidene groene technologieën op schepen toegepast, zoals nieuwe voortstuwingssystemen. Naast dat het beter is voor het milieu, bieden deze technologieën ook meer comfort aan boord, zoals geluidsreductie en de verminderde uitstoot van verontreinigende stoffen. De ontwikkeling van nieuwe en duurzame technologieën en het gebruik van schonere brandstof is prioriteit nummer één in de cruise-industrie. Dit om zo de milieu-impact te verminderen. Het doel is om dit jaar, in 2020, 44 procent van de nieuwe schepen op Liquefied Natural Gas (LNG) te laten varen. Daarnaast wordt 68 procent van de schepen gefilterd met Exhaust Gas Cleaning Systems (EGCS). Ook worden alle nieuwe gebouwde schepen uitgerust met shore-side power oftewel walstroom (Verkeersbureaus, 2020).

BELEVING EN AUTHENTICITEIT

Een andere trend die tegenwoordig centraal staat tijdens het ondernemen van een activiteit, bijvoorbeeld een arrangement, is beleving. Om een hoge herinneringswaarde te krijgen, willen mensen meegenomen worden in een verhaal of bepaalde beleving (Pine & Gilmore, 2011) (Go Total Branding, 2018). Sociale media en smartphones spelen hier ook een belangrijke rol in. Deze middelen kunnen gebruikt worden als promotiemiddel, maar ook om een verhaal van een individu te vertellen en zo de beleving te laten zien (Event Branche Magazine, 2017). Tegenwoordig hecht de reiziger veel meer waarde aan zijn beleving dan aan een bestemming of activiteit. Die belevingen zijn vaak gebaseerd op passie en behoefte. Zo blijkt dat de Westerse vakantieganger meer de behoefte heeft om avonturen te beleven en plekken te ontdekken. In de toekomst zal het meer gaan om als mens persoonlijk te ontwikkelen, inspiratie op te doen, zingeving te zoeken en echt contact te hebben met elkaar maar ook met de locals. Mensen zetten nu geen bestemmingen meer op hun bucketlist, maar unieke ervaringen. Daarnaast vinden reizigers het ook belangrijk om in het dagelijkse maatschappelijk leven iets terug te doen voor de medemens (Bed and breakfast nieuws, 2016). Ondernemingen creëren een beleving door klanten centraal te stellen en ze te betrekken op een manier die ze bijblijft. Ondernemingen moeten zich op emotioneel vlak onderscheiden om een beleving te creëren, emotie en fantasie zijn hier cruciaal voor. Om een sterk concept te ontwikkelen is totaalbeleving nodig, dit houdt in dat het concept betekenisvol is, onderscheidend en uithoudingsvermogen heeft. De kenmerken van een betekenisvolle beleving zijn: alle zintuigen zijn betrokken, er is sprake van verhoogde concentratie en focus, er is sprake van veranderend tijdsbesef, emoties worden geraakt, het proces is uniek en heeft een intrinsieke waarde en er is contact met de omgeving door te doen of door te ondergaan (NHTV, 2018).

Volgens het ITB World Travel Trends Report blijkt authenticiteit een belangrijke rol te spelen in de huidige toeristische samenleving (ITB World Travel Trends Report, 2016). Consumenten vragen zich steeds meer en sneller af wat echt is en wat niet, betreft authenticiteit van een product. Er zijn verschillende bedrijven die authentieke producten of belevingen ontwikkelen, maar nu is de vraag hoeverre het aansluit bij de wensen en behoeftes van de consument en waarom zij de authentieke beleving zouden kopen? Volgens Pine & Gilmore is er meer inzicht in de persoonlijke voorkeuren van de consument wanneer zij betrokken zijn bij het ontwerp van de authentieke beleving (Pine & Gilmore, 2011).

1.5 DOELSTELLING

Om het doel van dit onderzoek zo duidelijk mogelijk te formuleren, heeft de onderzoeker een doelstelling opgesteld, namelijk:

Inzicht verkrijgen in het verbeteren en uitbreiden van het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen voor de doelgroep riviercruisetoerist ten einde aanbevelingen te geven over haalbare arrangementen door middel van samenwerkingen tussen lokale ondernemers.

1.5.1 DE RANDVOORWAARDEN

De onderzoeker heeft gebruik mogen maken van de beschikbare database van de gemeente Huizen. Daarnaast heeft de onderzoeker toegang gekregen tot alle documenten en contactgegevens gerelateerd aan dit vraagstuk en de doelgroep, bijvoorbeeld de marktanalyse van de riviercruisevaart MRA of het productbudget van de Metropoolregio Amsterdam. Daarnaast zijn verdere documenten van de MRA die in bezit zijn van de gemeente Huizen beschikbaar gesteld voor de onderzoeker. Wanneer de onderzoeker een ruimte nodig had om een interview af te nemen heeft de onderzoeker deze ook gekregen. Communicatie met de opdrachtgever, de ondernemers en de respondenten was noodzakelijk om dit onderzoek te doen slagen. Om deze communicatie zo goed mogelijk te laten verlopen, heeft de onderzoeker elke woensdag op kantoor gewerkt aan het onderzoek. De opdrachtgever heeft deze dag ook volle aandacht gegeven aan het onderzoek en de onderzoeker. Voor verdere afstemming had de onderzoeker contact per mail en telefoon. Daarnaast heeft de gemeente Huizen het alleenrecht op de uitkomst van dit onderzoek. Ook heeft de onderzoeker rekening gehouden met het belang van de inwoners bij het maken van de aanbevelingen. De aanbevelingen moesten passen bij de schaal en grootte van de gemeente Huizen en mochten niet voor toeristische overbelasting zorgen voor de inwoners van het dorp. In een meeting met de wethouder Ronald Boom en stadsmanager Patricia van de Groep is afgesproken dat er aanbevelingen zullen worden gegeven over drie haalbare arrangementen waarvan één favoriet gekozen door de onderzoeker. Deze arrangementen kunnen een subsidie vanuit het productbudget ontvangen van de MRA. Daarnaast zullen er nog andere aanbevelingen worden gedaan die betrekking hebben op het beschreven probleem.

1.6 RELEVANTIE

1.6.1 PRAKTISCHE RELEVANTIE

Het onderzoek heeft ervoor gezorgd dat Huizen beter op de kaart kan worden gezet als toeristische bestemming. De gemeentelijke organisatie heeft met dit onderzoek meer inzicht gekregen in de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist en kan hier nu beter op inspelen door samen te werken met ondernemers. Dit onderzoek moet ervoor zorgen dat de riviercruisetoeristen uit een breder en beter aanbod kunnen kiezen.

1.6.2 MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE

De ondernemers zouden er baat bij hebben om samen te werken aan de voorgestelde arrangementen, zij zullen meer omzet gaan draaien en bekender worden. Door de toename van het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist, zal het dorp Huizen drukker worden. Dit is niet per se een positieve ontwikkeling maar wel relevant voor de inwoners van Huizen, omdat zij niet gewend zijn dat het druk is in het dorp. Daarnaast hebben de inwoners ook baat bij de toename van het vrijetijdsaanbod, zo is er voor de inwoners ook meer te doen. Ook is er dan sprake van meer werkgelegenheid.

HOOFDSTUK 2: DE INHOUDELIJKE VERKENNING

In dit hoofdstuk zal eerst een wetenschappelijke verdieping van het onderwerp worden beschreven. Daarnaast zullen er drie modellen besproken en uitgelegd worden inclusief argumentatie. Ook zullen er kort twee modellen worden besproken waar wel onderzoek naar is gedaan, maar welke uiteindelijk als niet relevant zijn beschouwd. De modellen die aan bod zullen komen zijn het Stakeholder model, het Brand Experience model, het KANO-model, het Mentality model en het TALC-model.

2.1 WETENSCHAPPELIJKE VERDIEPING

De riviercruisemarkt is een van de meest aantrekkelijke en snelst ontwikkelende markt in de toerismebranche. Dit komt voornamelijk door de natuurlijke omgeving van de rivieren, de architectuur van een stad en de historie en culturele achtergrond van een bestemming. Door deze factoren voelen toeristen zich vaak verbonden met een bestemming. De meeste riviercruisetoeristen zijn ouder dan 50 jaar en houden van een hoge kwaliteit service. Naast een programma op de cruise zelf, willen deze toeristen tegenwoordig ook een programma op het vasteland hebben. Daarnaast verlengen veel toeristen vanuit Amerika en Azië hun reis met een aantal dagen op het vasteland. Een ander aspect wat als voordeel wordt gezien door de riviercruisetoeristen is het feit dat de doelgroep veel bestemmingen kan bezoeken zonder telkens te veranderen van hotelkamer. Door de jaren heen zijn de prijzen van een riviercruisereis sterk gedaald. Vroeger betaalde je 10.000-12.000 dollar voor een riviercruisetrip, nu kan dat al voor 1.000-1.500 dollar (Boston University, 2014).

De riviercruisemarkt trekt een rijkere toerist aan dan de 'ocean liners'. Dit komt omdat de riviercruiseschepen veel kleiner zijn dan de 'ocean liners', hierdoor is de prijs per hoofd dus ook hoger omdat er minder mensen in passen. In de schepen van 'ocean liners' passen duizenden passagiers, in een riviercruiseschip passen maximaal 200 passagiers (Boston University, 2014).

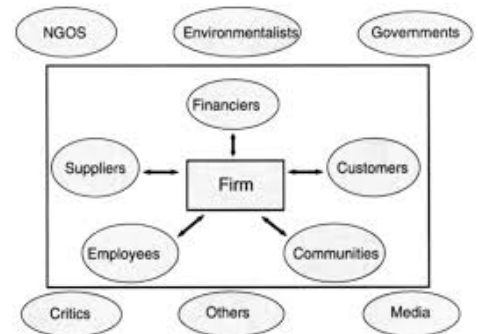
Hierboven is benoemd dat de doelgroep van de riviercruisemarkt meestal personen zijn boven de 50 jaar. Volgens een studie naar de doelgroep riviercruisetoeristen in Europa in 2018 zal hoofddoelgroep babyboomers de komende jaren plaats maken voor generatie X. Dit komt omdat de interesses, levensstijl en inkomen van deze groep aan het veranderen is en dit steeds meer gaat aansluiten bij de doelgroep riviercruisetoerist (Journals Sagepub, 2018).

2.2 STAKEHOLDER THEORIE MODEL

Een belangrijk model voor dit onderzoek is het stakeholder model van Freeman, Harrison, Wicks, Parmar & De Colle (2010). Dit model gaat dieper in op het aspect stakeholders. Volgens Freeman betekent het begrip stakeholders: *"Alle personen, groepen en organisaties (instituten, partijen, media) die op een of andere wijze nodig zijn voor het goed functioneren van de onderneming zoals de aandeelhouders/financiers, klanten en medewerkers, dan wel baat hebben bij c.q. geconfronteerd worden met de effecten van het ondernemen zoals de omgeving, arbeidsmarkt, maatschappij (Managementmodellensite, 2018)."* Een primaire stakeholder houdt in dat deze persoon direct betrokken is en vaak een bijdrage aan het resultaat levert (Projectmanagementsite, 2018). Daarnaast is er ook nog een andere groep, namelijk de secundaire stakeholder. Deze stakeholder staat wat verder af van het project, maar heeft wel een belang in het geheel (Projectmanagementsite, 2018). Secundaire stakeholders zijn de overheid, de media, de concurrenten, de speciale belangengroepen en de consumenten verdedigers.

Relevantie

Kijkend naar het model van Freeman staat in plaats van een bedrijf, de gemeente Huizen als centraal middelpunt. De belangrijkste primaire stakeholders zijn de klanten, namelijk de riviercruisetoerist. Ook de suppliers (de lokale ondernemers) zijn een belangrijke primaire stakeholder aangezien zij zorgen dat de arrangementen daadwerkelijk kunnen worden ontwikkeld met producten. De financiën zouden voor een deel kunnen worden gesubsidieerd door het Productbudget van de MRA. Hoewel in het model de inwoners als primaire stakeholders worden beschouwd, is dit in dit geval een secundaire stakeholder. Met de uitkomst van dit onderzoek zal er zeker wat veranderen voor de inwoners van Huizen, maar zij hebben geen directe betrokkenheid erbij. De secundaire stakeholders zijn niet gebruikt in dit onderzoek met uitzondering van de overheid, omdat zij in dit geval niet een secundaire maar een primaire stakeholder zijn. Verder zijn de concurrenten, consumenten verdedigers en speciale belangengroepen ook niet relevant voor dit onderzoek aangezien er een advies is ontwikkeld in samenwerking met leveranciers over mogelijke arrangementen voor de riviercruisetoerist. Toch is dit model wel relevant voor dit onderzoek, omdat de primaire stakeholders wel van belang zijn. Dit model zal daarom deels gebruikt worden, namelijk alleen de primaire stakeholders met als middelpunt de gemeente Huizen.



FIGUUR 4 - STAKEHOLDER MODEL FREEMAN (STAKEHOLDERS, 2018).

2.3 BELEVING – BRAND EXPERIENCE MODEL

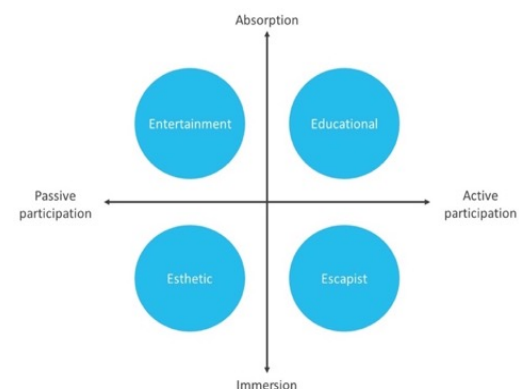
Één van de bekendste modellen op het gebied van beleving is het Brand Experience Model van Pine and Gilmore. Dit model identificeert een viertal domeinen voor het ontwikkelen van een beleving. Pine and Gilmore onderscheiden twee dimensies voor het rangschikken van belevingen. De eerste dimensie heeft betrekking op de mate waarin consumenten willen participeren in een beleving. Deze dimensie kan onderverdeeld worden in een actieve participatie en passieve participatie. Actieve participatie houdt in of iemand persoonlijk invloed kan uitoefenen op de beleving. Passieve participatie, is het tegenovergestelde, hier kan iemand een directe invloed uitoefenen. De tweede dimensie heeft betrekking op de mate waarin iemand zich onderdeel voelt van de omgeving. Deze dimensie kan onderverdeeld worden in *absorption* en *immersion*. Bij het onderdeel *absorption* wordt er bedoeld dat iemand de beleving in zich opneemt. Met *immersion* wordt er bedoeld dat iemand een deel wordt van een beleving. Door deze twee dimensies te combineren, ontstaan er vier domeinen ontstaan, namelijk: entertainment, educatie, esthetiek en escapisme (EURIB, 2009).

Domein 1: Entertainment

De belevingen die onder dit domein vallen, worden vaak als amusement ervaren. De belevingen zijn erg passief en de persoon wordt geen onderdeel van de beleving. Voorbeelden van belevingen met betrekking tot dit domein zijn een circusshow, een bioscoopfilm of een tentoonstelling (EURIB, 2009).

Domein 2: Educatie

Bij de belevingen die onder dit domein vallen, staat het aspect 'leren' centraal. Bij deze belevingen neemt de persoon de gebeurtenissen in zich op (absorption) en daarbij neemt hij een actieve rol aan (actieve participatie). Dit domein is vooral gericht op actief leren, zelfontplooiing en kennisverrijking. Vooral kennisinstellingen en onderwijsinstellingen passen goed in dit domein (EURIB, 2009).



FIGUUR 5 - BRAND EXPERIENCE MODEL (BRAND EXPERIENCE MODEL VAN PINE EN GILMORE, 2009)

Domein 3: Escapisme

In dit domein dienen de belevingen als vluchtervaringen, de ervaring zorgt ervoor dat iemand tijdelijk helemaal opgaat in de beleving. De persoon maakt actief deel uit van de omgeving, zowel fysiek als virtueel. Daarnaast heeft de persoon een actieve houding. Kenmerken van dit domein zijn actie, spanning en adrenaline. Voorbeelden van belevingen die bij dit onderdeel passen zijn games en extreme sporten (EURIB, 2009).

Domein 4: Esthetiek

Bij esthetische ervaringen is er sprake van een passieve participatie, maar gaat de persoon wel op in de omgeving of gebeurtenis. De persoon kan nauwelijks tot geen invloed hebben op de gebeurtenis zelf. De belevingen die onder dit domein vallen, zijn vooral gericht op gevoel. Voorbeelden zijn een bezoek aan een museum of een expositie (EURIB, 2009).

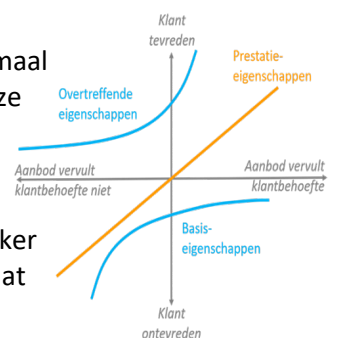
Relevantie

Het doel van dit onderzoek was om het huidige vrijetijdsaanbod te verbeteren en uit te breiden om hieruit aanbevelingen te geven over innovatieve en kansrijke arrangementen. Om erachter te komen waar de doelgroep in geïnteresseerd is, is dit model gebruikt. Met dit model is er gekeken welke onderdelen van een beleving belangrijk zijn voor de doelgroep en welke de voorkeur hebben, deze gegevens heeft de onderzoeker toegepast tijdens het maken van de aanbevelingen van de arrangementen.

2.4 HET KANO-MODEL

Om alle aspecten van dit onderzoek goed te kunnen onderzoeken is er ook gebruik gemaakt van een wensen en behoeftes model, namelijk het KANO-model. Het KANO-model ondersteunt bij het verbeteren van een product. Dit model legt een relatie tussen de eigenschappen van het aanbod en de klanttevredenheid. Daarnaast geeft dit model inzicht in klantwensen. Het model bestaat uit drie categorieën van eigenschappen. Dit zijn de basiseigenschappen, prestatie-eigenschappen en overtreffende eigenschappen (Managementmodellensite, 2018).

De basiseigenschappen bestaan uit de eigenschappen die volgens de klant minimaal aanwezig moeten zijn. Als dit niet het geval is zal de klant ontevreden zijn. Deze eigenschappen zorgen er niet voor dat de tevredenheid hoger wordt, maar zullen er wel voor zorgen dat de tevredenheid lager wordt wanneer deze eigenschappen niet aanwezig zijn. Een voorbeeld hiervan is dat een klant een hotelkamer boekt en een bed in haar hotelkamer heeft staan. Als dit bed er niet zou staan zou de klant zeker ontevreden geweest zijn, maar de klant is niet extra tevreden omdat er een bed staat (Managementmodellensite, 2018).



FIGUUR 6 - KANO MODEL (MANAGEMENTMODELLENSITE, 2018)

De prestatie-eigenschappen houden de eigenschappen in die binnen het verwachtingspatroon vallen van de klant, hij of zij zal deze eigenschappen ook waarderen. Er is hier sprake van een lineaire relatie tussen de eigenschappen van het aanbod en de mate van klanttevredenheid. Dit houdt in dat de klanttevredenheid evenveel toeneemt als de mate waarin aan de wens wordt voldaan. Nog een voorbeeld met de hotelkamer met betrekking tot deze eigenschap is de grootte van de kamer. De klant zal meer tevreden zijn naarmate de kamer groter is (Managementmodellensite, 2018).

De overtreffende eigenschappen houden de onverwachte maar gewaardeerde eigenschappen van een product in. De overtreffende eigenschappen leiden tot de meeste klanttevredenheid. Een voorbeeld is bijvoorbeeld een fles champagne in de hierboven genoemde hotelkamer. De klant heeft deze fles niet nodig, maar wordt hierdoor wel positief beïnvloed met betrekking tot de tevredenheid (Managementmodellensite, 2018).

Relevantie

Dit model zal zeker relevant zijn voor dit onderzoek omdat dit model duidelijk maakt wat de basis-, prestatie- en overtreffende eigenschappen van een product of arrangement zijn. De onderzoeker heeft bij de vraagstelling ook vragen gericht op wensen en behoeftes opgesteld, dit model is voor deze vragen gebruikt. Door dit model toe te passen is de onderzoeker er middels enquêtes achter gekomen wat de basis-eigenschappen, prestatie-eigenschappen en overtreffende eigenschappen van een innovatief arrangement zijn.

2.5 WAAROM DEZE MODELLEN?

Stakeholder model

Het stakeholder model wordt als relevant geacht omdat de primaire stakeholders een belangrijke rol spelen in dit onderzoek. De toepassing van dit model zal de primaire stakeholders duidelijk maken. Dit is noodzakelijk ter beantwoording van één van de opgestelde deelvragen die gaat over de primaire stakeholders in dit onderzoek. Het model wordt dus gebruikt ter beantwoording van één deelvraag.

Brand Experience Model Pine & Gilmore

Om aanbevelingen te kunnen creëren om het vrijetijdsaanbod te verbeteren en uit te breiden is het noodzakelijk om de wensen en behoeftes van de doelgroep te achterhalen. Hieronder valt ook het soort beleving waarnaar de doelgroep op zoek is. Met de elementen die in het Brand Experience Model zitten, kan de onderzoeker achterhalen wat voor soort beleving de doelgroep zoekt en kan zij hier rekening mee houden bij het maken van de aanbevelingen.

KANO-model

Om de verdere wensen en behoeftes te onderzoeken van de doelgroep is ook het KANO-model gekozen om te gebruiken voor dit onderzoek. Met dit model zal duidelijk worden welke eigenschappen een product/arrangement zeker nodig heeft en welke eigenschappen voor extra klanttevredenheid zullen zorgen. Door dit model toe te passen in dit onderzoek zal de onderzoeker achter de wensen en behoeftes op het gebied van producteigenschappen komen.

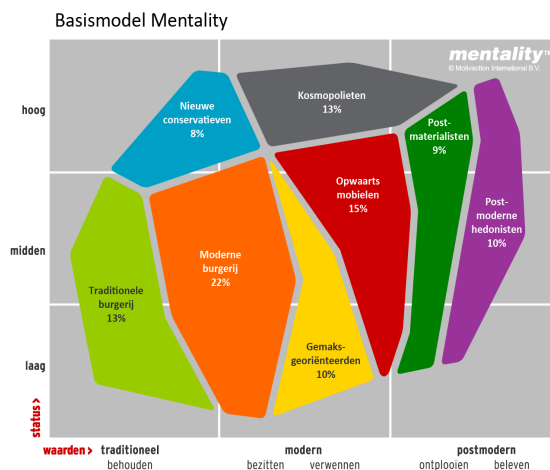
Alle drie de modellen worden gebruikt ter beantwoording van verschillende deelvragen. Daarnaast zijn het Brand Experience model van Pine & Gilmore en het KANO-model ook gebruikt bij het maken van de enquête die gaat over de wensen en behoeftes van de doelgroep.

2.6 MENTALITY MODEL & BUTLER TALC MODEL

Naast de relevante modellen beschreven in de voorgaande paragrafen zijn er ook twee modellen waar de onderzoeker zich wel in verdiept heeft, maar toch besloten heeft om deze niet te gebruiken voor dit onderzoek. Dit zijn het Mentality model van Motivaction en het Butler TALC model. In deze paragraaf zal er een korte uitleg en argumentatie volgen van deze modellen.

Mentality model Motivaction

Het Mentality model van Motivaction bestaat uit een unieke waarden- en leefstijlonderzoek dat een duidelijk beeld geeft over doelgroepenindeling en -benadering. Met dit model zou de onderzoeker meer inzicht in de doelgroep van het onderzoek kunnen krijgen en zo het gedrag van de mensen verklaren. Het mentality model groepeerde mensen naar hun levensinstelling, onderverdeeld in acht sociale milieus. Deze milieus zijn gedefinieerd op basis van persoonlijke opvattingen en waarden. Dat betekent dat mensen uit hetzelfde milieu dezelfde waarden delen op het gebied van werk, vrije tijd, politiek, ambities en aspiraties. Hierbij heeft elk milieu een eigen leefstijl en consumptiepatroon wat leidt tot een bepaald soort gedrag (Motivaction, 2019).

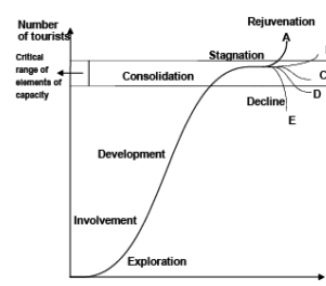


FIGUUR 7 - MENTALITY MODEL (MENTALITY MODEL, 2019).

De riviercruisetoerist die aankomt in de haven van de gemeente Huizen heeft verschillende nationaliteiten en is dus niet alleen afkomstig uit Nederland. Volgens een rapport van Amsterdam Cruise Port is 37% van de riviercruisetoeristen Europees, 2% is nationaal en 61% is intercontinentaal. Deze gegevens gelden voor de gehele ACP-regio waaronder Huizen ook valt (Amsterdam Cruise Port, 2016). Bovenstaand model, het Mentality model, is ontwikkeld voor de Nederlandse markt. Aangezien de doelgroep allerlei verschillende nationaliteiten heeft, is dit model niet toe te passen op dit onderzoek. Zou de onderzoeker dat wel doen, dan zal het onderzoek niet meer betrouwbaar en valide zijn aangezien bijvoorbeeld Aziaten en Nederlanders een hele andere leefstijl hebben en dus ook niet met elkaar te vergelijken zijn. Dit model wordt verder niet meer gebruikt in het onderzoek.

Butler Tourism Area Life Cycle (TALC) model

Dit model wordt gebruikt om bestemmingen, ressorten of attracties in een bepaalde fase te plaatsen om zo te kijken wat er nog aan deze bestemming of attractie kan worden gedaan, of om er juist achter te komen dat de bestemming al in een goede fase zit (How and What, 2019). Het TALC model heeft zes fases, namelijk: Exploration, Involvement, Development, Consolidation, Stagnation en Decline/Rejuvenation.



FIGUUR 8 - BUTLER TALC-MODEL (TALC MODEL BUTLER, 2019).

Na het maken van de inhoudelijke verkenning was de onderzoeker in eerste instantie van mening dat dit model relevant zou zijn voor het onderzoek. Echter, na het maken van de vraagstelling kwam de onderzoeker erachter dat dit toch niet zo relevant zou zijn als werd gedacht. De vraagstelling is vooral gericht op het huidige vrijetijdsaanbod, de wensen en behoeftes en de samenwerkingen tussen de ondernemers. In welke fase Huizen zou zitten met betrekking tot dit model is niet van toepassing op dit onderzoek. Dit model zal de beantwoording van een van de gemaakte deelvragen niet ondersteunen omdat de informatie die met dit model verschaft kan worden, niet relevant is. Om deze reden zal dit model niet verder gebruikt worden in dit onderzoek.

HOOFDSTUK 3: VRAAGSTELLING

In dit hoofdstuk zijn de centrale vraag en bijbehorende deelvragen geformuleerd. Per deelvraag is gemotiveerd waarom deze belangrijk is voor het onderzoek. Door middel van deskresearch en fieldresearch zijn de deelvragen beantwoord. Met deze resultaten is uiteindelijk de centrale vraag beantwoord.

3.1 DE CENTRALE VRAAG

De centrale vraag is gebaseerd op de doelstelling uit paragraaf 1.5, deze luidt als volgt:

Wat zijn de mogelijkheden om het huidige vrijetijdsaanbod¹ voor de riviercruisetoeristen² van de gemeente Huizen³ te verbeteren en uit te breiden?

¹*Vrijetijdsaanbod: het aanbod dat een organisatie of bestemming aanbiedt dat men kan doen in zijn of haar vrije tijd.*

²*Riviercruisetoeristen: iemand die deelneemt aan een vorm van vakantie reizen die gasten meeneemt langs de binnenwateren (Viking river cruises, 2020).*

³*Gemeente Huizen: dit betreft het dorp Huizen en buurtschappen Huizerhoogt, Crailo en Bikbergen (Plaatsengids, 2018).*

3.2 DE DEELVRAGEN

Hieronder zijn de, uit de centrale vraag voortkomende, vijf deelvragen opgesteld, deze luiden als volgt:

1. Wat is het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen voor de doelgroep riviercruisetoerist?

Om het vrijetijdsaanbod uit te breiden en te verbeteren, is het eerst van belang om inzicht te krijgen in het huidige vrijetijdsaanbod. Bij deze deelvraag is er vooral sprake geweest van deskresearch, maar is er ook gebruik gemaakt van fieldresearch middels interviews met de primaire stakeholders, de gemeente Huizen en de cruiserederijen.

2. Wat zijn de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist wat betreft het vrijetijdsaanbod van Huizen?

Om deze deelvraag te beantwoorden zijn het Brand Experience model van Pine & Gilmore, het KANO-model en deskresearch toegepast. Dit is gedaan door de elementen uit deze modellen te verwerken in de enquêtevragen. Vanuit dat uitgangspunt zijn de antwoorden op deze enquête geanalyseerd en vervolgens uitgewerkt als model. De enquêtes zijn afgenomen onder de doelgroep waaruit een antwoord op bovenstaande deelvraag is voortgekomen. Daarnaast zijn er ter aanvulling ook interviews afgenomen met cruiserederijen.

3. Welke primaire stakeholders⁵ zijn betrokken bij het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen met betrekking tot de riviercruisetoeristen?

Uiteindelijk was het doel om aanbevelingen te geven over de te ontwikkelen arrangementen met samenwerkingen tussen lokale ondernemers. Om duidelijk inzicht te krijgen in wie die lokale ondernemers eigenlijk zijn, is deze deelvraag opgesteld. Wanneer de onderzoeker weet wie de lokale ondernemers zijn, wordt het onderzoek duidelijker en kan de onderzoeker hier op inspelen. Voor deze deelvraag is er gebruik gemaakt van de beschikbare documenten van de gemeente

Huizen met betrekking tot dit onderwerp en een semigestructureerd interview met een beleidsmedewerker van de gemeente Huizen die betrokken is bij dit onderwerp. In deze deelvraag is het Stakeholdermodel ook uitgewerkt en toegelicht. In het Stakeholdermodel gaat het echter wel over alle primaire stakeholders en niet alleen om de suppliers.

4. Welke samenwerkingsovereenkomsten zijn er al tussen de primaire stakeholders?

Om ervoor te zorgen dat de onderzoeker ook daadwerkelijk nieuwe en innovatieve aanbevelingen zou geven met betrekking tot arrangementen, moest de onderzoeker eerst inzicht krijgen in welke samenwerkingsovereenkomsten er al zijn tussen de lokale ondernemers. Dit heeft de onderzoeker gedaan middels kwalitatief onderzoek, namelijk semigestructureerde interviews.

5. Wat zijn de concrete mogelijkheden voor de primaire stakeholders in het verbeteren en uitbreiden van het vrijetijdsaanbod?

Uiteindelijk moesten er aanbevelingen over haalbare arrangementen en productontwikkeling opgeleverd worden om het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist te kunnen verbeteren. Om ervoor te zorgen dat deze arrangementen daadwerkelijk kunnen worden verwezenlijkt, is het nodig dat de lokale ondernemers onderling samen gaan werken in Huizen. De onderzoeker heeft semigestructureerde interviews afgenomen onder de primaire stakeholders. Uit deze interviews zijn een aantal concrete mogelijkheden gekomen, die worden in deze deelvraag besproken. De uitkomsten die hier worden beschreven zijn alle mogelijkheden die primaire stakeholders zouden kunnen aanbieden.

⁴ Primaire stakeholder: primaire stakeholders zijn personen die direct betrokken zijn en vaak een bijdrage aan het resultaat leveren (Projectmanagementsite, 2018). De primaire stakeholders in dit onderzoek zijn de klant (de riviercruisetoerist), de suppliers (de ondernemers, stichtingen etc.), de financiers en de cruisereederijen. Er is voor gekozen om de klant, de financiers en de cruisereederijen met betrekking tot de benaming van bovenstaande laatste deelvragen niet te gebruiken als primaire stakeholder. In deelvragen 3, 4 en 5 bedoelt de onderzoeker dus de suppliers (de ondernemers) enkel als primaire stakeholder. Dit is tevens ook een behoefte stakeholder.

HOOFDSTUK 4: DE METHODOLOGIE

Allereerst is er een overzicht van de onderzoekstechnieken per deelvraag weergegeven. Hierna volgt een uitleg over de termen 'deskresearch' en 'fieldresearch'. Verder is er in dit hoofdstuk ingegaan op de onderzoekspopulatie, de validiteit, betrouwbaarheid en de hiaten.

4.1 OVERZICHT ONDERZOEKSTECHNIKEN

TABEL 1 ONDERZOEKSTECHNIKEN

Methodie	Techniek	Respondenten	Input vanuit deskresearch
1. Wat is het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen voor de doelgroep riviercruisetoerist?			
Deskresearch & kwalitatief	Semigestructureerde interviews	Primaire stakeholders, Gemeente Huizen, ACP	- Beschikbare literatuur
2. Wat zijn de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist wat betreft het vrijetijdsaanbod van Huizen?			
Kwantitatief en kwalitatief	Enquêtes – aselecte steekproef	Toeristen die ooit op een riviercruiseschip zijn geweest	- Pine & Gilmore experience model (EURIB, 2009)
	Semigestructureerde interviews	De rederijen & ACP	- Het KANO-model (Managementmodelle.nl, 2018)
3. Welke primaire stakeholders zijn betrokken bij het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen met betrekking tot de riviercruisetoeristen?			
Kwalitatief	Semigestructureerde interviews	De gemeente Huizen Primaire stakeholders	- Stakeholder model (JSTOR, 2009)
4. Welke samenwerkingsovereenkomsten zijn er al tussen de primaire stakeholders?			
Kwalitatief	Semigestructureerde interviews	Primaire stakeholders	
5. Wat zijn de concrete mogelijkheden voor de primaire stakeholders in het verbeteren en uitbreiden van het huidige vrijetijdsaanbod?			
Kwalitatief	Semigestructureerde interviews	Primaire stakeholders	

4.2 DESKRESEARCH

Onder deskresearch wordt verstaan “het verzamelen en analyseren van secundaire data. Het gaat hier om gegevens die reeds beschikbaar zijn en dus door andere onderzoekers al verzameld zijn, zoals literatuur, voorgaande onderzoeken of databases” (De Afstudeerconsultant, 2014).

Allereerst is er gekeken naar de onderdelen die onderzocht moesten worden tijdens dit onderzoek. Om het vrijetijdsaanbod te kunnen verbeteren en uit te breiden moest er worden gekeken naar de huidige situatie, de wensen en behoeftes van de doelgroep, de primaire stakeholders, de huidige samenwerkingsovereenkomsten en de mogelijkheden die zouden kunnen worden gerealiseerd. Aan de hand van een mindmap, gemaakt door de onderzoeker tijdens één van de kringessies, kwamen deze onderdelen naar voren. Vanuit dit uitgangspunt zijn er ook passende modellen gekozen. Het Brand Experience model van Pine en Gilmore en het KANO-model zijn gebruikt ter beantwoording van deelvraag 2. Het Stakeholder model is gebruikt ter beantwoording van deelvraag 3. De andere deelvragen zijn beantwoord middels literatuuronderzoek en veldwerk.

4.3 FIELDRESEARCH

Onder fieldresearch wordt verstaan “het verzamelen, analyseren en interpreteren van nieuwe gegevens (primaire data) Het gaat dus om gegevens waar iemand zelf onderzoek voor heeft verricht: iemands eigen directe waarnemingen als onderzoeker in ‘het veld” (De Afstudeerconsultant, 2014). Voor dit onderzoek is bij alle deelvragen gebruik gemaakt van fieldresearch. In dit onderzoek is er gekozen voor de mixed method strategie, omdat zowel kwalitatieve als kwantitatieve gegevens nodig waren om de beantwoording van de deelvragen op de meest valide en betrouwbare manier te doen. In de komende twee paragrafen zal er dieper worden ingegaan op de interviewmethode per deelvraag, de manier waarop de enquêtes zijn afgenomen, wat de steekproefgrootte was en hoe de gegevens zijn geanalyseerd.

4.3.1 INTERVIEWS

Bij kwalitatief onderzoek wordt er diepgaande informatie over motivaties, gedachten en verwachtingen van mensen achterhaald. Het is een vorm van onderzoek waarbij de kwaliteit die verzameld wordt belangrijker is dan de hoeveelheid informatie (Saunders, 2015). Bij dit onderzoek is er gebruikgemaakt van semigestructureerde interviews. Dit houdt in dat er vooraf een vragenlijst is opgesteld, maar dat de onderzoeker wel mag afwijken van de vragen en ook kan doorvragen op bepaalde onderwerpen. Op deze manier is er gedetailleerdere informatie verschaft wat vaak het doel is van kwalitatief onderzoek (Scribbr, 2017).

Er is gekozen voor het afnemen van interviews omdat de onderzoeker zich hierdoor beter kon verdiepen in het onderwerp, kon doorvragen en meer informatie kon verkrijgen van de respondenten. Daarnaast kon de onderzoeker door middel van het afnemen van interviews ook de verschillende meningen en antwoorden vergelijken van de respondenten. Het was van belang voor dit onderzoek om erachter komen wie de lokale ondernemers zijn en wat de gemeente Huizen op dit moment doet voor die ondernemers, welke samenwerkingsovereenkomsten er al zijn en wat de concrete mogelijkheden zijn voor de ondernemers om het huidige vrijetijdsaanbod te verbeteren en uitbreiden. Het voordeel van semigestructureerde interviews is dat de respondenten meer informatie en details kunnen geven. Daarnaast is er ruimte om af te wijken van de vooraf opgestelde vragen en kan er worden doorgevraagd. Hierdoor kan een onderliggend probleem naar boven komen en veel informatie worden verzameld waarvan vooraf soms niet werd voorzien dat deze verkregen zou worden (Saunders, 2015). Aangezien er drie stakeholders zijn geïnterviewd, namelijk: de rederijen, de gemeente Huizen en de lokale ondernemers, zijn er ook meerdere vragenlijsten opgesteld. De interviewvragen zijn opgesteld aan de hand van een brainstormsessie met de opdrachtgever. Tijdens deze brainstormsessie heeft de onderzoeker in samenspraak met de opdrachtgever aan de hand van de deelvragen deze

opgesplitst in vragen die relevant zouden kunnen zijn als interviewvraag. Vanuit daar heeft de onderzoeker een kritische selectie gemaakt en zijn de uiteindelijke interviewvragen gekozen. Na het afnemen van de interviews heeft de onderzoeker de interviews geanalyseerd door middel van transcriberen en labelen. De transcripten en labels per interview kunt u vinden in bijlage 9. De labels zijn bepaald aan de hand van de onderwerpen van de interviewvragen.

4.3.2 ENQUÊTES

Om erachter te komen wat het huidige vrijetijdsaanbod is en wat de wensen en behoeftes zijn van de doelgroep, zijn er enquêtes afgenomen onder de doelgroep. Deelvraag 2 is beantwoord middels enquêtes. Er is voor deze methode gekozen bij de deelvraag omdat er middels enquêtes veel gegevens tegelijkertijd achterhaald kunnen worden van een grote groep mensen. Daarnaast zijn de verzamelde gegevens makkelijk te vergelijken en kunnen er hierdoor snel en gemakkelijk conclusies worden getrokken (Saunders et al., 2011).

De enquêtes betreffen een vragenlijst die door de respondent zelf moet worden ingevuld. Dit is online gedaan. Door het huidige coronavirus zijn er momenteel geen toeristen en is de haven van Huizen gesloten. De onderzoeker heeft toen besloten de enquête algemener te maken. De respondenten voor dit onderzoek waren in eerste instantie alleen de riviercruisetoeristen die aankomen in de haven van Huizen, maar zijn nu de riviercruisetoeristen die ooit zijn aangekomen in een haven. Ook is deelvraag 2 aangevuld met interviews met rederijen.

Om de steekproefomvang te bepalen is er gebruik gemaakt van een steekproefcalculator. Er is gekozen voor een betrouwbaarheid van 95 procent en een foutmarge van 5 procent. Het betrouwbaarheidsniveau laat het procentuele aantal respondenten zien die een representatief resultaat van de totale populatie weergeven. De foutmarge houdt het procentuele aantal in van niet-buikbare enquêtes. De populatie van dit onderzoek omvat riviercruisetoeristen in die aankomen in de haven van Huizen (Saunders et al., 2011). Dit zijn 4000 mensen (Detering, Interview stakeholders, 2020). De eis om deel te mogen nemen aan de enquête is dat de respondent een riviercruisetoerist is die ooit is aangekomen in een haven in Nederland. Er is hier sprake van een aselechte steekproef; de onderzoeker kan de respondenten via een online enquête niet zelf selecteren. Een aselechte steekproef helpt om de betrouwbaarheid en validiteit hoog te houden. Zo is er minder snel sprake van een bias.

Om uiteindelijk de resultaten van de enquêtes te kunnen analyseren zal er gebruik gemaakt worden van het programma SPSS. Hier is voor gekozen omdat de onderzoeker hier al eerdere ervaring mee heeft met voorafgaande onderzoeken en omdat dit programma veel mogelijkheden biedt om gegevens te analyseren en te vergelijken.

4.4 ONDERZOEKSPOPULATIE

Zoals in paragraaf 4.3.2 beschreven is, omvat de onderzoekspopulatie riviercruisetoeristen die zijn aangekomen in de haven van Huizen in 2019 namelijk 4000 personen (Detering, Interview stakeholders, 2020). Om te berekenen hoeveel enquêtes de onderzoeker moet gaan verzamelen, is er gebruik gemaakt van een steekproefcalculator. De onderzoeker heeft gekozen voor een betrouwbaarheidspercentage van 95% en een foutmarge van 5%. Op basis van 4000 personen zijn er derhalve 351 enquêtes nodig, mits de onderzoeker alleen enquêtes doet.

Omdat er sprake is van de mixed method strategie bij dit onderzoek, is het aantal enquêtes dat verzameld moest worden door de onderzoeker gehalveerd tot 176 enquêtes. Daarnaast zijn er nog interviews afgenomen onder de primaire stakeholders, de rederijen en de gemeente Huizen. De onderzoeker heeft 14 interviews verzameld omdat er na het laatste interview sprake was van saturatie.

4.5 VALIDITEIT

Het begrip validiteit betekent 'de mate waarin methoden voor het verzamelen van gegevens nauwkeurig meten wat ze zouden moeten meten' (Saunders, 2015). Het was belangrijk dat de enquête- en interviewvragen aansloten om zo uiteindelijk de deelvragen te kunnen beantwoorden. Voor het veldonderzoek waren er meerdere vragenlijsten opgesteld. Voor de enquêtes is één vragenlijst opgesteld. Voor de interviews is één vragenlijst opgesteld voor de gemeente Huizen en één voor de lokale ondernemers. De vragenlijsten waren opgesteld door de onderzoeker, maar zijn eerst besproken met zowel de opdrachtgever als de begeleider vanuit school. Er is toen gekeken of elke vraag relevant was voor het onderzoek en voor het beantwoorden van de deelvraag. Om er voor te zorgen dat dit onderzoek zo valide mogelijk zou zijn, zijn de vragenlijsten getest onder respondenten die vergelijkbaar zijn met de riviercruisetoerist, de gemeente Huizen en ondernemers. Zo is er voorkomen dat de vragen niet begrepen zouden worden en het onderzoek uiteindelijk niet valide zou zijn (Saunders, 2015).

Een ander aspect waar de onderzoeker rekening mee moest houden is het bias. Dit betreft de mate waarin de uitkomsten verstoord kunnen worden (Saunders, 2015). Dit kan in dit onderzoek bijvoorbeeld zijn dat de interviewer haar mening te veel naar voren brengt en zo de geïnterviewde beïnvloedt of dat een respondent weigert een interview af te nemen. Hier is tijdens het afnemen van de interviews rekening mee gehouden en zo heeft de onderzoeker gezorgd dat er geen bias is.

4.6 BETROUWBAARHEID

Het begrip betrouwbaarheid houdt in: 'De mate waarin methoden voor het verzamelen van gegevens consistente resultaten zullen geven, gelijksoortige waarnemingen worden gedaan of conclusies worden getrokken door andere onderzoekers' (Saunders, 2015). Tijdens de uitvoering van hoofdstuk twee, de inhoudelijke verkenning, is er gebruikgemaakt van kritische, relevante en recente bronnen om zo de betrouwbaarheid zo hoog mogelijk te houden. Daarnaast zijn de interviews en enquêtes alleen afgenomen bij de respondenten die aan de eisen voldaan besproken in paragraaf 4.3.

4.7 HIATEN

Tijdens het onderzoek kunnen er hiaten naar voren komen waar rekening mee moet worden gehouden. Een hiaat zou bijvoorbeeld kunnen zijn dat er te weinig tijd is ingepland om interviews en enquêtes af te leggen. De onderzoeker heeft geprobeerd deze hiaten te voorkomen door op tijd te beginnen met het zoeken naar respondenten om zo ervoor te zorgen dat er genoeg respondenten zijn wanneer er een aantal weigeren. Naarmate het onderzoek vorderde werd het COVID-19 een steeds groter hiaat in dit onderzoek. Wegens COVID-19 sloot de haven van Huizen zijn deuren en kwamen er geen riviercruisetoeristen meer aan in de haven van Huizen, de onderzoeker had dus ineens geen respondenten meer voor de enquête, een belangrijk en noodzakelijk deel van dit onderzoek. Na een aantal gesprekken met de opdrachtgever en de begeleider kwam de onderzoeker tot de conclusie dat de enquête algemener moest worden gemaakt en zich moest richten op personen die ooit met een riviercruiseschip zijn aangekomen in een haven in plaats van specifiek gericht op de riviercruisetoerist die aankomt in de haven van Huizen. De onderzoeker heeft de algemenere enquête verspreid via verschillende kanalen ook met hulp van de gemeente Huizen zelf, VVV Gooi en Vechtstreek en VVV Huizen. Ondanks de verspreiding over diverse kanalen kwam de onderzoeker niet verder dan 41 ingevulde enquêtes. Om toch een zo valide en betrouwbaar mogelijk onderzoek te hebben heeft de onderzoeker nog twee interviews afgenomen met Evert Koster van Amsterdam Cruise Port en Nico Arnts van Feenstra Lijn. Aangezien de enquête over deelvraag 2 ging, was het vanzelfsprekend om de aanvullende interviews af te nemen bij stakeholders die kennis zouden hebben van de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist. De onderzoeker wilde nog een aantal extra interviews afnemen, maar ook hier zat het virus in de weg. Veel cruiserederijen hadden geen tijd voor de onderzoeker, omdat zij druk bezig waren met alle annuleringen wegens het virus.

HOOFDSTUK 5: RESULTATEN

DEELVRAAG 1: WAT IS HET HUIDIGE VRIJETIJDAAANBOD VAN DE GEMEENTE HUIZEN VOOR DE DOELGROEP RIVIERCRUISETOERIST?

In deze paragraaf zal antwoord worden gegeven op de deelvraag: Wat is het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen voor de doelgroep riviercruisetoerist? Deze vraag is beantwoord middels deskresearch en semigestructureerde interviews met de primaire stakeholder, de ACP, en de gemeente Huizen. De uitgeschreven interviews kunt u vinden in bijlage 9.

Resultaten vanuit de literatuur

De ligging van Huizen aan het water is een van de sterkste punten van Huizen als plaats. Daarnaast heeft Huizen als dorp een mooie historie. Het begon als boerendorp en is vandaag de dag een modern dorp aan het Gooimeer met verschillende jachthavens en een winkelcentrum. In deze paragraaf zal er ingegaan worden op het huidige vrijetijdsaanbod van Huizen, zowel algemeen als voor de riviercruisetoerist (VVV Huizen, 2019).

In Huizen zijn er tal van mogelijkheden wat betreft eten en drinken. Zo is er Graaf Wichman, een modern uitgaanscentrum met verschillende mogelijkheden. In het centrum zit een restaurant, een pizzeria, een Ierse pub, een ijscafé en verschillende cafetaria. Daarnaast is er de Zomerkade waar er tal van restaurants en cafés zijn. Ook in het oude dorp, bij de haven en bij het Nautisch Kwartier zijn er diverse restaurants en cafés. Als een bezoeker in Huizen wil overnachten kan dat bij Fletcher hotel het Nautisch Kwartier bij de haven. Ook aan cultuur is er geen gebrek: Huizen heeft een eigen museum, het Huizer museum. Dit museum gaat over de historie en cultuur van Huizen (VVV Huizen, 2019).

Voor de sportliefhebbers heeft Huizen ook genoeg te bieden. Zwemmen kan bijvoorbeeld in openluchtzwembad Zwembad Sijsjesberg en bij het overdekte zwembad De meent. Bij de Wolfskamer is er de mogelijkheid om te skiën en snowboarden. Zelfs karten en lasergamen is er te doen in Huizen bij Coronel. Het Zeilcollege dat in de aanloophaven zit, verhuurt zeilboten, daarnaast zijn er voor de natuurliefhebber de Gooise natuurgebieden waar prachtige routes gewandeld of gefietst kunnen worden. Daarnaast beschikt Huizen ook over een aantal winkelcentra, maar deze liggen voornamelijk in het Oude Dorp, dit is een eind verder dan de haven (VVV Huizen, 2019).

Kijkend naar de leeftijd van de doelgroep beschreven in paragraaf 1.3, biedt Huizen een aantal activiteiten aan voor de riviercruisetoerist. Alle activiteiten omtrent horeca zouden interessant kunnen zijn voor de riviercruisetoerist. Ook het Huizer museum is een activiteit waar de riviercruisetoerist geïnteresseerd zou kunnen zijn. Met betrekking tot het aspect 'sport' zou de riviercruisetoerist geïnteresseerd kunnen zijn in het huren van een zeilboot, wandelen (korte routes of wandeling Huizer melkmeisje), fietsen (met een e-bike) in de Gooise natuurgebieden of het verkennen van Oud Huizen (het centrum) en haar historische panden.

Resultaten vanuit het veldwerk

Ook tijdens de semigestructureerde interviews met de primaire stakeholders en de gemeente Huizen is er gevraagd naar het huidige vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist. De antwoorden die vooral naar voren kwamen waren "Horeca", "Boot huren", "Fietsen huren", "Smeden" of het "Huizer museum bezoeken". De respondenten zijn het over het algemeen wel eens dat het vrijetijdsaanbod beter moet en er eigenlijk niks bijzonders te doen is voor toeristen. Ook in het interview met Leo Detering, gespecialiseerd in cruisetourisme in Huizen van de gemeente Huizen, kwam naar voren dat er geen speciale activiteiten zijn die georganiseerd worden voor de riviercruisetoerist door de primaire stakeholders (stakeholders, Interview primaire stakeholders, 2020).

Subconclusie

Kijkend naar het profiel van de doelgroep en het aanbod wat Huizen te bieden heeft komt in zowel de input vanuit literatuuronderzoek als vanuit het veldwerk het volgende naar voren: op dit moment zijn horeca, de mogelijkheid om een bootje te huren, smeden, een bezoek aan het Huizer museum en zeilen het huidige vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist. Ook is er duidelijk geen speciale activiteit of arrangement georganiseerd door de primaire stakeholders gericht op de riviercruisetoeristen.

DEELVRAAG 2: WAT ZIJN DE WENSEN EN BEHOEFTE VAN DE RIVIERCRUISETOERIST WAT BETREFT HET VRIJETIJD SAANBOD VAN HUIZEN?

In deze paragraaf zal er antwoord worden gegeven op de deelvraag: 'Wat zijn de wensen en behoeften van de riviercruisetoerist wat betreft het vrijetijdsaanbod van Huizen?' Deze vraag is beantwoord middels enquêteresultaten. Met deze resultaten zullen de specifieke wensen en behoeften van de doelgroep naar voren komen. Daarnaast zijn er ook aanvullende interviews afgenomen met Amsterdam Cruise Port en Feenstra Lijn om zo nog beter te achterhalen wat de wensen en behoeften zijn van de riviercruisetoerist. De opzet van de enquête is ondersteund door het Brand Experience model van Pine & Gilmore en het KANO-model. Deze modellen zijn ook uitgewerkt en toegepast op de resultaten van de enquêtes. De uitgewerkte modellen zijn te vinden in bijlage 5 (Pine & Gilmore) en 6 (KANO-model). Daarnaast zijn alle grafieken en tabellen van de enquêteresultaten te vinden in bijlage 10 (grafieken) & 11 (tabellen). De Chi-kwadraat toetsen die zijn gedaan zijn te vinden in bijlage 12.

Allereerst worden de woorden 'wensen' en 'behoefte' gedefinieerd:

⁶ Wensen: datgene wat iemand wil (Van Dale, 2020)

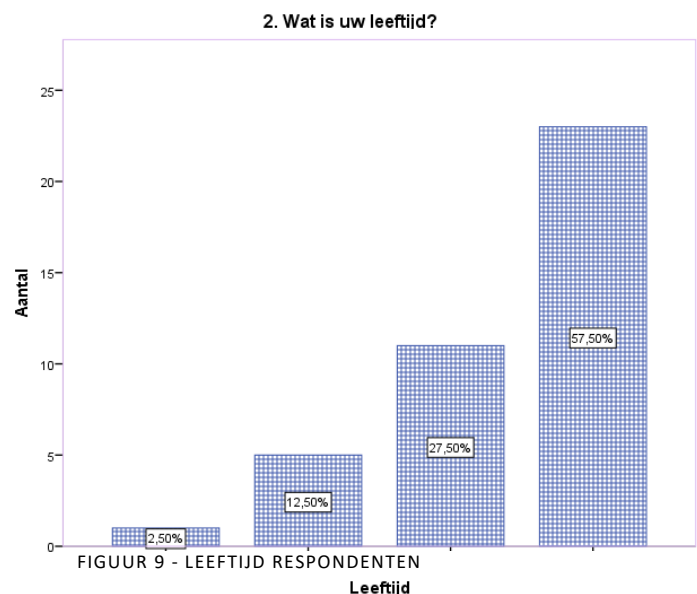
⁷ Behoeftes: zaken die iemand nodig heeft (Van Dale, 2020)

Resultaten vanuit de enquête

In deelvraag 1 is het profiel van de riviercruisetoerist kort uitgelegd. Hieruit kwam naar voren dat de leeftijd in de meeste gevallen 65 jaar of ouder is. De resultaten van de enquête sluiten hierbij aan, zo is 57,5% ouder dan 60 jaar (zie figuur 10). Daarnaast is 92,3% van de respondenten ooit aangekomen met een riviercruiseschip in Nederland. 77,5% van de respondenten geeft aan wel geïnteresseerd te zijn om een activiteit te doen in Huizen na aankomst in de haven. De respondenten die dit niet waren gaven aan vooral niet te weten wat er te doen is.

Wensen en behoeftes

Met de stelling 'Ik vind dat er een breed genoeg vrijetijdsaanbod is voor mij als riviercruisetoerist in Huizen.' was 84.2% van de respondenten het niet eens. Het is dus duidelijk dat de wensen en behoeften van de riviercruisetoeristen die aankomen in de haven van Huizen niet worden vervuld met het huidige vrijetijdsaanbod. Volgens de respondenten zijn de enige activiteiten die er te doen zijn voor de riviercruisetoerist 'sport', 'natuur', 'boot huren', 'museum', 'smeden' en 'wandelen'. Als deze activiteiten worden vergeleken met activiteiten die er te doen zijn in de omgeving, bijvoorbeeld in Amsterdam, valt te concluderen dat dit niet activiteiten zijn die Huizen heel aantrekkelijk maken om te blijven. De top 3 interessante activiteiten om te doen in



Huizen die de respondenten gaven zijn 'Een rondleiding bij de Botterwerf', 'Wandelen rondom het Nautisch Kwartier' en 'Een workshop bij de smederij' (zie tabel 2).

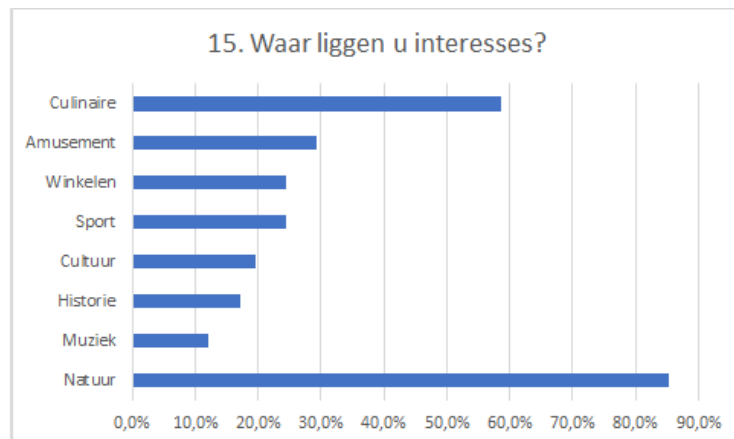
TABEL 2 - ACTIVITEITEN HUIZEN

Activiteiten	Aantal respondenten	%	% of cases
<i>Een rondleiding bij de Botterwerf</i>	14	25,5%	66,7%
<i>Wandelen rondom het Nautisch Kwartier</i>	12	21,8%	57,1%
<i>Een workshop bij de smederij</i>	11	20%	52,4%
<i>De horecagelegenheden</i>	6	10,9%	28,6%
<i>Het Oude Dorp verkennen</i>	5	9,1%	23,8%
<i>Zeilen</i>	5	9,1%	23,8%
<i>Anders</i>	2	3,6%	9,5%
Totaal	55	100%	261,9%

De interesses die de respondenten vooral hebben zijn 'natuur', 'culinair', 'amusement', 'sport' en 'cultuur'. De minst gekozen interesse was muziek (zie figuur 10).

Zoals hierboven wordt aangegeven staat 'amusement' op de derde plek als meest gekozen interesse, dit is in strijd met het meest gegeven antwoord op de vraag 'Welk soort activiteit trekt u het meest aan?' die gebaseerd is op het Brand Experience model van Pine & Gilmore.

'Een activiteit dat me amuseert' is bij deze vraag de minst gekozen mogelijkheid daarom zal de bezoeker niet verder gebruik maken van de interesse 'amusement.' De mogelijkheden die wel veel gekozen zijn, zijn 'een leerzame activiteit' oftewel het educatieve aspect van het model en 'een kunstzinnige/esthetische activiteit' oftewel het aspect esthetiek in het model. Een uitgebreide en toegepaste uitwerking van dit model op de enquêteresultaten is te vinden in bijlage 5. Daarnaast is er ook een significant verschil tussen het soort activiteit waar de voorkeur naar uitgaat en de leeftijd van de respondent. Dit is gebleken uit de Chi-kwadrat toets waarbij $\chi^2 = 27445$, $p = 000$ is. Dit houdt in dat het verschil zeer significant is en er dus een verband is tussen de twee onderdelen. Ook de houding, dus of ze passief of actief zijn tijdens een activiteit, werd gevraagd. De onderzoeker had als verwachting dat de meeste respondenten passief zouden kiezen wegens de leeftijd van de meeste riviercruisetoeristen, toch bleek de uitkomst van deze enquêtevraag anders te zijn. 53,7% van de respondenten gaf aan liever een actieve houding te hebben tijdens een activiteit. Een passieve houding komt echter redelijk in de buurt met 46.3%. Uit de Chi-kwadrat toets bleek dat geslacht en houding



FIGUUR 10 - INTERESSES RESPONDENTEN

afhankelijk zijn van elkaar ($\chi^2= 6077$, $p= 0,014$). Dit lijkt erop te wijzen dat er een verband is in geslacht en keuze van houding tijdens een activiteit.

Om achter de klantwensen te komen is er gebruik gemaakt van het KANO-model (zie uitgebreide uitwerking in bijlage 5). Dit model is verwerkt in een aantal van de enquêtevragen. Het resultaat dat hieruit voort is gekomen, is dat de klant zeker wenst dat er sanitaire voorzieningen aanwezig zijn (basiseigenschap), de klant verwacht daarnaast dat er een goede uitleg en begeleiding aanwezig is (prestatie-eigenschap). Uit de enquête kwam tevens naar voren dat een eetgelegenheid niet verwacht maar wel gewaardeerd zou worden (overtreffende eigenschap). Verder kwam naar voren dat 'kwaliteit' als meest belangrijke aspect van een arrangement wordt gezien. Daarentegen is het minst belangrijke aspect 'groeps grootte' volgens 58,5% van de respondenten. De prijs is voor de respondenten 'enigszins belangrijk' tot 'belangrijk', dit komt ook overeen met het feit dat de meeste riviercruisetoeristen gepensioneerd zijn, zoals beschreven is in deelvraag 1. Daarnaast is er ook een significant verschil tussen het geslacht en het maximale bedrag dat de respondent wil uitgeven aan een arrangement. Dit blijkt uit de Chi-kwadraattoets dat is gedaan waarbij ($\chi^2= 9018$, $p= 0,029$) is. Ook hier zit dus een verband tussen de twee onderdelen. De meeste respondenten (65,9%) hebben geen behoefte aan een arrangement met overnachting in Huizen, hier zal de onderzoeker rekening mee houden in het hoofdstuk 'aanbevelingen'.

De gewenste arrangementen die door de respondenten zelf zijn gegeven waren vooral arrangementen met fietsen, de Botterwerf, een rondleiding door het dorp, een combinatie met smeden en een activiteit waar historie en cultuur naar voren komt. De onderzoeker zal deze resultaten zeker meenemen in het maken van de aanbevelingen.

Input vanuit de interviews

Om aanvullende kennis op te doen over het profiel en de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist, heeft de onderzoeker ook nog twee stakeholders geïnterviewd, namelijk: Evert Koster van Amsterdam Cruise Port en Nico Arnts van Feenstra Lijn.

Het profiel dat wordt beschreven tijdens de interviews kwam overeen met de beschrijving van de doelgroep in deelvraag 1; de riviercruisetoeristen komen vooral met hun partner, het merendeel is 65 jaar of ouder en ze hebben vooral interesse in iconische bezienswaardigheden zoals het Anne Frank huis of het Rijksmuseum. Cultuur is de belangrijkste wens die de riviercruisetoerist wil zien tijdens het doen van een activiteit of arrangement. Vooral voor de herhaalbezoekers zoals beschreven is in deelvraag 1, is cultuur belangrijk. Volgens Evert is de manier om de passagier meer in Huizen te betrekken door te kijken naar welke iconische zaken vanuit Nederlands oogpunt beschikbaar zijn voor de riviercruisetoerist in Huizen. Iconisch aan Huizen is bijvoorbeeld het feit dat het een agrarisch vissersdorp is geweest en dus historische en culturele gebouwen en straatjes heeft. Ook het verhaal van het Melkmeisje is volgens Evert een kenmerkend aspect van Huizen. Ook gaf Evert aan dat de Botterwerf iets authentieks en unieks is '*Dat is anders en authentiek voor Huizen, de oude schepen van vroeger. Dus dat is een trigger wat een passagier zou doen.*' (Koster, Project manager bij ACP, 2020). Volgens Evert heeft het niet zo zeer te maken wat voor soort activiteit het is maar of het echt uniek is en nergens anders te vinden is. Daarnaast wil de riviercruisetoerist ook dat alles zo makkelijk mogelijk voor ze wordt geregeld. Authentiek en gemakkelijheid zijn dus twee grote aspecten in de wensen en behoeftes van de riviercruisetoeristen. Ook de prijs die ze voor een activiteit over hebben hangt af van hoe uniek het is. In het interview met Nico kwam dezelfde informatie en kennis naar boven.

Subconclusie

Kijkend naar de resultaten van de enquête en interviews kan worden geconcludeerd dat de riviercruisetoerist merendeels 60 jaar of ouder is en vooral geïnteresseerd is in natuur, culinair, sport en cultuur. Deze doelgroep is vooral geïnteresseerd in leerzame en esthetische activiteiten met zowel een actieve als passieve houding. Daarnaast wenst de riviercruisetoerist zeker sanitaire voorzieningen te hebben bij het doen van een activiteit, wordt goede begeleiding en uitleg verwacht en wordt een eetgelegenheid zeer gewaardeerd, maar niet verwacht. Ook kwaliteit en prijs is belangrijk. Maar niet zo belangrijk als authenticiteit (wat ook weer inspeelt op de trends beschreven in paragraaf 1.4) en kenmerkende aspecten van een bestemming die overeenkomen met de Nederlandse cultuur. De riviercruisetoeristen zijn ook bereid om meer te betalen wanneer een activiteit authentiek is.

DEELVRAAG 3: WELKE PRIMAIRE STAKEHOLDERS ZIJN BETROKKEN BIJ HET HUIDIGE VRIJETIJDSAANBOD VAN DE GEMEENTE HUIZEN MET BETREKKING TOT DE RIVIERCRUISETOERISTEN?

In deze paragraaf zal antwoord worden gegeven op de deelvraag 'Welke primaire stakeholders zijn betrokken bij het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen met betrekking tot de riviercruisetoerist?'. Deze deelvraag is beantwoord middels literatuuronderzoek en een semigestructureerd interview met Leo Detering van Team Beleid gemeente Huizen. De vragenlijst die is gebruikt voor dit interview en dus ter beantwoording van deze deelvraag kunt u vinden in bijlage 7 'interviewvragen'. Deze interviewvragen zijn tevens ondersteund door het Stakeholdermodel van Freeman. Het uitgewerkte Stakeholdermodel van dit onderzoek is te vinden in bijlage 4, hier vindt u het toegepaste model met toelichting. Ondanks dat in deze deelvraag alleen de supplier als primaire stakeholder wordt gezien, gaat het Stakeholdermodel in de bijlage over alle primaire stakeholders.

Ter verduidelijking genoemd in paragraaf 3.2 → ⁴ Primaire stakeholder: primaire stakeholders zijn personen die direct betrokken zijn en vaak een bijdrage aan het resultaat leveren (Projectmanagementsite, 2018). De primaire stakeholders in dit onderzoek zijn de klant (de riviercruisetoerist), de suppliers (de ondernemers, stichtingen etc.), de financiers en de cruiserederijen. Er is voor gekozen om de klant, de financiers en de cruise rederijen met betrekking tot de benaming van bovenstaande laatste deelvragen niet te gebruiken als primaire stakeholder. In deelvragen drie, vier en vijf bedoelt de onderzoeker dus de suppliers (de ondernemers) enkel als primaire stakeholder. Dit is tevens ook een behoefte stakeholder.

Om een duidelijk inzicht te krijgen in wie de primaire stakeholders daadwerkelijk zijn is deze deelvraag opgesteld. Om hierachter te komen heeft de onderzoeker een semigestructureerd interview gehouden. Na dit interview werd duidelijk wie primaire stakeholders zijn, wat voor ondernemingen het zijn, wat ze aanbieden, hoe lang ze al gevestigd zijn in Huizen, wat hun mening is over het vrijetijdsaanbod van Huizen en of ze bereid zijn iets innovatiefs en nieuws te ontwikkelen voor de doelgroep.

Suppliers

In het interview werd al snel duidelijk dat er op dit moment weinig tot geen speciale activiteiten en dus vrijetijdsaanbod wordt georganiseerd dat uitsluitend is bedoeld voor de riviercruisetoerist. De primaire stakeholders die voor een vrijetijdsaanbod in Huizen voor de riviercruisetoerist zouden kunnen zorgen zijn breed, volgens Detering. Dit zouden de horeca, winkeliers met vintage- of antiekwinkeltjes, culturele ondernemers zoals theater of musea en kunstenaars kunnen zijn. Volgens onderzoeken van ACP, MRA en Decisio sluiten deze stakeholders aan op de vraag van de riviercruisetoerist. Volgens meneer Detering worden stakeholders dus niet eerst bedacht, de

stakeholders komen juist in beeld wanneer duidelijk is wat de wensen en behoeftes van de bezoekers zijn. De stakeholders die net opgenoemd zijn, zouden dus voor het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist kunnen zorgen in Huizen (Detering, Interview gemeente Huizen, 2020).

De reden dat er nog geen organisatie in Huizen gevestigd is die speciaal gericht is op cruisetoeisme is omdat Huizen nog in een beginfase zit en het daarom nog onduidelijk is wat voor omzet het kan bieden voor een ondernemer. Dit is ook de reden voor veel ondernemers om dus niet te investeren in een arrangement of activiteit uitsluitend voor de riviercruisetoerist. *“Ik wil het ook even toelichten als ik bijvoorbeeld met het museum of met de Botterwerf gesproken heb en de kans die ze hebben om in te spelen op het cruisetoeisme dus bijvoorbeeld door het organiseren van wandelingen, bottertochtjes, oude ambachten visrokerij. Dan hebben ze tot nu toe gezegd dat ze dat niet willen doen omdat dat alleen maar geld zou kosten en niks zou opleveren.”* (Detering, Interview gemeente Huizen, 2020). Meneer Detering gaf aan al een aantal keren een presentatie te hebben gehouden en ondernemers te hebben uitgenodigd om met initiatieven te komen, maar helaas heeft dat op heden niks opgeleverd.

In onderstaand overzicht ziet u de suppliers die voor dit onderzoek zijn geïnterviewd en in overleg ook mee zouden willen werken aan het ontwikkelen van een arrangement of product. Dit zijn dus ook enkele primaire stakeholders die voor vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoeristen in Huizen zouden kunnen zorgen.

TABEL 3 - PRIMAIRE STAKEHOLDERS

Annelied van Dijk – Smederij	Frans Kolk – Botterwerf
Rutger Siersma – Wijnadvies	Emile van Waegeningh - Botterwerf
Bart Reijn - Bootverhuur	Arne Visser – Goois Fietsverhuur
Ron Bot - Dickens	Niels van den Boogaard – Fletcher Hotel Nautisch Kwartier
Jasper van Mill – Visser Kaas	Arne Hopstaken – Porterhouse

Subconclusie

Met de informatie die de onderzoeker uit het interview met Leo Detering van de gemeente Huizen heeft verkregen en de uitkomsten van de interviews met de primaire stakeholders, is het duidelijk dat de primaire stakeholders die zouden kunnen zorgen voor vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist in Huizen voornamelijk horecaondernemers, cultuurondernemers en winkeliers zijn. Helaas zijn er op dit moment geen activiteiten of arrangementen speciaal voor de riviercruisetoerist, dit komt omdat het onduidelijk is voor de primaire stakeholders of en hoeveel omzet ze er mee zouden kunnen maken. Daarnaast zijn alle primaire stakeholders voor dit onderzoek bepaald aan de hand van het Stakeholdermodel dat u kunt vinden in bijlage 4.

DEELVRAAG 4: WELKE SAMENWERKINGSOVEREENKOMSTEN ZIJN ER AL TUSSEN DE PRIMAIRE STAKEHOLDERS?

In deze paragraaf zal de deelvraag ‘Welke samenwerkingsovereenkomsten zijn er al tussen de primaire stakeholders?’ beantwoord worden. Deze vraag is beantwoord middels interviews met de primaire stakeholders. De interviewvragen die bij deze deelvraag horen zijn: ‘Zijn er samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in huizen of erbuiten?’, ‘Hoe verlopen deze samenwerkingsovereenkomsten?’, ‘Hoe zijn deze tot stand gekomen?’. Aan de hand van deze vragen en de antwoorden die er werden gegeven heeft de onderzoeker doorggevraagd. In deze deelvraag zal de onderzoeker per primaire stakeholder een overzicht geven van de huidige samenwerkingsovereenkomsten. De huidige samenwerkingsovereenkomsten zijn niet gericht op de riviercruisetoerist.

Annelied van Dijk – Smederij

Huizer museum & Fletcher Hotel – samen met het Huizer museum heeft mevrouw van Dijk een stadswandeling ontwikkeld waarbij de bezoeker gaat wandelen en tijdens die wandeling langs de Smederij komt om dan een bootje van ijzer te maken. Vervolgens krijgt de bezoeker een voucher voor een tweede kop koffie gratis bij het Fletcher Hotel.

Smeed & eet – dit houdt in dat er een workshop smeden wordt geboekt met een groepje, na deze workshop kunnen de bezoekers wat eten bij de Haven van Huizen of De Krachtcentrale. Hier zit dan altijd een kop koffie of brood en smeersel bij in. De samenwerkingsovereenkomst met de Haven van huizen heeft mevrouw van dijk al sinds 2009. Ze is erg tevreden over de samenwerkingsovereenkomsten (Dijk, 2020).

Rutger Siersma- Wijnadvies

Op het gebied van toerisme heeft meneer Siersma geen samenwerkingsovereenkomsten, wel zou hij geïnteresseerd zijn in een samenwerkingsovereenkomst met een andere ondernemer op het gebied van wijnproeverij. Rutger zou graag met de Botterwerf of een kaaswinkel willen samenwerken, *“Zeilen met zo’n botter en dan na afloop een wijnproeverij bij de Botterwerf is een leuk idee.”* (Siersma, 2020).

Bart Reijn – Bootverhuur

Meneer Reijn heeft samenwerkingsovereenkomsten met een aantal horecaondernemers, namelijk de Haven van Huizen, Coronel, Fletcher Hotel, en Dickens. Met deze ondernemers biedt hij arrangementen aan waarbij de bezoeker eerst gaat varen en vervolgens bij een van deze restaurants gaat eten. Wel gaf meneer Reijn dit aan *“Het zijn bij ons natuurlijk niet echt overeenkomsten, het is meer mekaar wat mond tot mond gunnen.”* (Reijn, Interview primaire stakeholders, 2020). Er is dus geen sprake van officiële samenwerkingsovereenkomsten.

Ron Bot – Dickens

Meneer Bot biedt arrangementen aan die op maat gemaakt worden, het zijn dus geen vaste arrangementen. *“Het wordt echt toegepast op het bedrijf zelf.”* (Bot, 2020). Een voorbeeld van een arrangement dat in het verleden gemaakt is, is een diner of lunch bij Dickens in combinatie met een activiteit bij Coronel, bijvoorbeeld skiën of karten.

Jasper van Mill – Visser Kaas

Meneer van Mill gaf in het interview aan helemaal geen samenwerkingsovereenkomsten te hebben met andere bedrijven op het gebied van toerisme en horeca. Hij gaf aan daar *“Nog niet helemaal mee bezig te zijn.”* (Mill, interview primaire stakeholders, 2020).

Ard Hopstaken – Porterhouse

Meneer Hopstaken gaf aan in het verleden wel eens een samenwerkingsovereenkomst te hebben gehad met het Theater van Huizen. Porterhouse regelde toen het kerstdiner en het theater zorgde voor een live show. Verder gaf meneer Hopstaken aan eigenlijk alleen met zijn eigen bedrijven samen te werken *“Wij werken alleen samen met onze eigen bedrijven, de Porterhouse formule of met Porterhouse Social Club, maar niet verder met derden.”* (Hopstaken, 2020).

Arne Visser – Goois Fietsverhuur

In het interview met meneer Visser kwam duidelijk naar voren dat hij bij verschillende hotels en bedrijven fietsen van hem heeft staan die daar dan worden verhuurd. Zelf biedt hij geen arrangementen aan maar worden zijn fietsen wel gehuurd tijdens een dagexcursie waarbij de bezoeker dan eerst een stuk gaat fietsen en dan de dag afsluit met een diner bij een restaurant in de buurt van de stop. Dit is dan altijd in de regio. Zijn strategie qua samenwerkingsovereenkomsten is als volgt: *“Meestal spreek ik gewoon af om samen te werken voor 1 seizoen en dan het einde van het seizoen evalueer je de samenwerking.”* (Visser, 2020).

Niels van den Boogaard – Fletcher Hotel Nautisch Kwartier

Meneer van den Boogaard gaf aan amper samenwerkingsovereenkomsten te hebben naast de samenwerkingsovereenkomsten die hierboven bij de andere stakeholders zijn genoemd. Wel is meneer van den Boogaard tevreden met de samenwerkingsovereenkomsten die hij heeft. *“We zijn burens hier, met z'n allen zijn we één grote vuist af en toe.”* (Boogaard, 2020).

Subconclusie

Op basis van de bovenstaande informatie kan worden geconcludeerd dat de primaire stakeholders weinig officiële samenwerkingsovereenkomsten met elkaar en andere bedrijven hebben. De samenwerkingsovereenkomsten die er wel zijn, zijn vaak arrangementen met horeca in combinatie met een activiteit. Een aantal van de primaire stakeholders die geen samenwerkingsovereenkomsten hebben op het gebied van toerisme zijn hier zeker wel in geïnteresseerd.

DEELVRAAG 5: WAT ZIJN DE CONCRETE MOGELIJKHEDEN VOOR DE PRIMAIRE STAKEHOLDERS IN HET VERBETEREN EN UITBREIDEN VAN HET VRIJETIJD SAANBOD?

In deze paragraaf wordt er antwoord gegeven op de vraag ‘Wat zijn de concrete mogelijkheden voor de primaire stakeholders in het verbeteren en uitbreiden van het vrijetijdsaanbod?’. Deze deelvraag is beantwoord door middel van kwalitatief onderzoek, oftewel interviews met de primaire stakeholders. Een aantal interviewvragen die gebruikt werden om deze deelvraag te beantwoorden zijn: ‘Met welke ondernemers zou u nog willen samenwerken?’, ‘Met hoeveel ondernemers zou u maximaal willen samenwerken voor één arrangement/productontwikkeling?’, ‘Wat vindt u een goed concept m.b.t. een arrangement voor de riviercruisetoeristen?’, ‘Ziet u dit als concrete mogelijkheid?’ (stakeholders, Interview primaire stakeholders, 2020). Aan de hand van deze interviewvragen heeft de onderzoeker doorgevraagd.

Allereerst wordt het begrip ‘concrete mogelijkheden’ gedefinieerd:

⁸ Concreet: werkelijk (Van Dale, 2020).

⁹ Mogelijkheid: een geval dat mogelijk is (Van Dale, 2020).

Met de bovenstaande definities in het achterhoofd zijn er tijdens het afnemen van de interviews een aantal concrete mogelijkheden naar voren gekomen:

1. Een combinatie workshop met als thema oude ambacht
Annelied van Dijk, eigenaresse van de Smederij gaf als concrete mogelijkheid op om een combinatie workshop met als thema oude ambacht te geven. Zij zag de mogelijkheid om smeden te combineren met glasblazen en vis roken (Dijk, 2020).
2. Een stadswandeling met gids en smeed demonstratie
Ook een stadswandeling waarin verteld wordt over Huizen als vissersdorp en haar historie in combinatie met een demonstratie van het smeden zag Annelied als concrete mogelijkheden (Dijk, 2020).
3. Wijnproeverij
In een ander interview met Rutger Siersma van wijnadvis kwam naar voren dat hij een wijnproeverij in combinatie met Spaanse worst of een kaasproeverij een interessante mogelijkheid zou vinden voor de riviercruisetoerist. Helaas zou deze wijnproeverij niet bij hem op locatie kunnen dus hiervoor zou dan een locatie voor moeten worden gezocht (Siersma, 2020).
4. Varen met een sloep of ribvaart
Bart van Reijn gaf als concrete mogelijkheid voor het uitbreiden en verbeteren van het vrijetijdsaanbod aan dat de riviercruisetoeristen kunnen varen met een sloep of ribvaart en tijdens deze tocht dan een kopje koffie aangeboden krijgen. Daarnaast kan deze tocht ook in combinatie worden gedaan met een diner of lunch bij een van de restaurants in het Nautisch Kwartier (Reijn, Interview primaire stakeholders, 2020).
5. Een bezoek aan het Huizer museum in combinatie met een lunch of diner bij Dickens
Voor Ron Bot, eigenaar van Dickens, leek een bezoek aan het Huizer museum met als afsluiting een lunch of diner bij Dickens een concrete mogelijkheid. Op deze manier kunnen de riviercruisetoeristen de historie van Huizen ervaren en deze ervaring afsluiten in een mooi restaurant in de haven, de plek waar Huizen voor staat. Wel gaf Ron Bot aan dat er met deze mogelijkheid het probleem van de grote afstand tussen de haven en het Oude Dorp is (Bot, 2020).
6. Een tour geven door Huizen met verschillende stops
Jasper van Mill is van mening dat het groots moet worden aangepakt. Als concrete mogelijkheid ziet hij een bepaalde tour (lopend of op de fiets) door Huizen waarin de geschiedenis van Huizen wordt uitgelegd door een gids in combinatie met verschillende stops waaronder een stop bij een van zijn winkels in Huizen. Hier zouden ze dan een rondleiding kunnen krijgen en kaas kunnen bekijken. Dit zou eventueel ook in combinatie kunnen worden gedaan met klederdracht (Mill, Interview primaire stakeholders, 2020).
7. Een workshop smeden in combinatie met een lunch of diner bij Porterhouse
Ard Hopstaken van Porterhouse ziet een concrete mogelijkheid in een workshop smeden met als afsluiting een lunch of diner, afhankelijk van het tijdstip, bij restaurant Porterhouse. Ard gaf wel duidelijk aan niks speciaal voor de riviercruisetoerist te maken, zij zouden de gewone menukaart die elke andere gast zou krijgen ook krijgen. Er zal dus geen typisch Huizer gerecht worden geserveerd (Hopstaken, 2020).

8. Een rondleiding, presentatie en eventueel varen op een oude botter bij de Botterwerf Frans en Emile, secretarissen van de Botterwerf zagen zeker ook concrete mogelijkheden. Zij zouden een rondleiding door de Botterwerf kunnen aanbieden, daarnaast ook een presentatie kunnen aanbieden waarin de historie van Huizen in een half uur tijd wordt verteld. Daarnaast zou het ook mogelijk zijn om te varen met een van de oude bidders. In de zomertijd zou de Botterwerf ingericht kunnen worden met fuiken en visserij attributen om zo de ervaring authentieker te maken (Waegeningh, 2020).

9. Horecamogelijkheden op de Botterwerf
ook zagen de secretarissen van de Botterwerf horecamogelijkheden op de Botterwerf zoals een wijnproeverij. Dit is echter alleen mogelijk als het bestemmingsplan van de gemeente Huizen zal worden aangepast (Waegeningh, 2020).

10. Een fietstocht door Huizen en Naarden Vesting
Arne Visser van Goois Fietsverhuur ziet de mogelijkheid om een fietstocht door Huizen te doen in combinatie met een bezoek aan het stadje Naarden Vesting. Dit raadt Arne aan, omdat Naarden Vesting een leuk stadje is voor mensen die het nog nooit gezien hebben en het zo de fietstocht in z'n algemeen interessanter maakt als het wordt vergeleken met alleen een fietstocht door Huizen.

11. Een fietsarrangement met e-bikes
Niels van den Boogaard van het Fletcher Hotel Nautisch Kwartier lijkt het een goede mogelijkheid om een fietstocht door Huizen aan te bieden op e-bikes (Boogaard, 2020).

Subconclusie

Kijkend naar de bovenstaande concrete mogelijkheden, kan worden geconcludeerd dat er nogal wat mogelijkheden kunnen worden ontwikkeld in Huizen voor deze specifieke doelgroep. Activiteiten op verschillende gebieden kunnen verwezenlijkt worden. Zo zijn er sportieve activiteiten als fiets- of wandeltochten in combinatie met een product van een andere primaire stakeholder. Maar zijn er ook esthetische activiteiten zoals een wijn- of kaasproeverij. Ook leerzame activiteiten zoals een bezoek aan het Huizer museum in combinatie met een ander soort activiteit zou mogelijk kunnen zijn. Dit type activiteiten wenst de doelgroep te doen. Veel activiteiten die mogelijk zouden kunnen zijn, zijn gebaseerd op de historie van Huizen zelf. In het hoofdstuk aanbevelingen zijn er drie arrangementen ontwikkeld die bestaan uit combinaties van de bovenstaande mogelijkheden gebaseerd op de modellen, de trends en wensen en behoeftes van de doelgroep. De mogelijkheden in deze deelvraag zijn hier niet op gebaseerd.

HOOFDSTUK 6: CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt met behulp van de eerder weergegeven resultaten een antwoord op de centrale vraag gegeven: *“Wat zijn de mogelijkheden om het huidige vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoeristen van de gemeente Huizen te verbeteren en uit te breiden?”*.

Allereerst is er onderzoek gedaan naar de doelgroep van dit onderzoek. In de trend ‘algemene typering internationale riviercruisepassagier’ kwam naar voren dat de leeftijd gemiddeld tussen de 50 en 60 jaar ligt en de passagier een cultuur georiënteerde bezoeker is. Tijdens dit onderzoek kwam naar voren dat de leeftijd van de passagiers vaak 60 jaar of ouder is, de leeftijd beschreven in de trend wijkt dus af van de resultaten en verschillende bronnen van dit onderzoek. Wat wel overeenkomt met de trend is het feit dat de riviercruisetoerist graag iconische culturele bezienswaardigheden bezoekt en dus een cultuur georiënteerde bezoeker is.

Daarnaast werd duidelijk dat het merendeel (61%) van intercontinentale afkomst is, maar ook een groot deel (37%) een Europese afkomst heeft. Dit is in samenhang met de trend ‘Intercontinentaal en Europese reizigers’ beschreven in paragraaf 1.3.2. Hierin wordt beschreven dat de intercontinentale riviercruisereiziger een hoog luxe- en comfortniveau verwacht. Daarnaast verwacht de Europese riviercruisereiziger juist een scherpe prijs bij een kortere reis. Er zal hier dus een balans in moeten komen. Toen eenmaal duidelijk was wat voor profiel de doelgroep heeft is er eerst gekeken naar wat Huizen op dit moment te bieden heeft aan de riviercruisetoerist. Daaruit kwam naar voren dat vooral het Huizer museum, het huren van een zeilboot, wandelen of fietsen en smeden op dit moment de enige interessante activiteiten voor de doelgroep zijn. Daarnaast werd ook tijdens deze bevindingen meteen duidelijk dat er op dit moment niks uitsluitend voor de riviercruisetoeristen aangeboden of georganiseerd wordt.

Om ervoor te zorgen dat de te ontwikkelen arrangementen passen bij de wensen en behoeften van de riviercruisetoerist zijn deze onderzocht middels een enquête. Deze enquête is weer ondersteund door twee modellen, namelijk het Brand Experience model, dat ook weer in samenhang is met de trend beleving en authenticiteit, en het KANO-model. Met dit model werden de wensen en behoeftes duidelijk. De riviercruisetoerist wenst graag een leerzame activiteit met een actieve houding of een esthetische activiteit met een passieve houding te doen tijdens een arrangement. Daarnaast moeten er sanitaire voorzieningen aanwezig zijn tijdens het arrangement. Ook verwacht de riviercruisetoerist dat er goede begeleiding en uitleg aanwezig is. Een eetgelegenheid wordt niet verwacht maar wel erg gewaardeerd. Een andere belangrijke ondervinding die naar voren kwam in een interview met Evert Koster, project manager bij Amsterdam Cruise Port, was dat authenticiteit en hoe uniek de ervaring is erg belangrijk is voor de riviercruisetoerist. Zelfs zo belangrijk dat ze er meer voor zouden willen betalen. Ze zijn dus echt op zoek naar een authentieke beleving die niet overal te krijgen is.

Bij het doen van een onderzoek moet het duidelijk zijn wie de stakeholders in het onderzoek zijn. Met behulp van het Stakeholder model van Freeman, heeft de onderzoeker dit in kaart kunnen brengen. Naar voren is gekomen dat de gemeente Huizen het centrale middelpunt is en verbonden is met de primaire stakeholders, namelijk de suppliers, de klant, de cruisereederijen en de financiers. In deelvraag 3 is ingegaan op de suppliers, namelijk de lokale ondernemers. Er wordt hier besproken wie deze suppliers zijn en wat voor onderneming zij hebben. Ook wordt in de volgende deelvraag duidelijk welke samenwerkingsovereenkomsten er op dit moment zijn tussen de suppliers. Concluderend hieruit is dat er weinig officiële samenwerkingsovereenkomsten zijn tussen de suppliers vooral op het gebied van toerisme. Als er al samenwerkingsovereenkomsten zijn, zijn dit vooral activiteiten gecombineerd met horeca. Het was voor de onderzoeker van belang erachter te komen of er al samenwerkingen waren die van toepassing zijn op de riviercruisetoerist zodat er geen dubbele arrangementen of activiteit combinaties werden gemaakt, maar zoals eerder beschreven is zijn die er niet.

Om aanbevelingen te kunnen doen over wat voor arrangementen de suppliers kunnen aanbieden is hier eerst onderzoek naar gedaan. Hieruit kwam naar voren dat de suppliers zeker wel bereid zijn nieuwe concrete mogelijkheden te ontwikkelen. Voorbeelden van activiteiten die de suppliers zouden kunnen aanbieden (sommige met de nodige ondersteuning en aanpassingen van de gemeente) zijn: een combinatie workshop met als thema oude ambacht, een stadswandeling (iets wat erg populair is onder de riviercruisetoeristen (Koster, Project manager bij ACP, 2020)), een wijnproeverij (sluit goed aan op het esthetische aspect van het Brand Experience model), een rondleiding en presentatie bij de Botterwerf en een fietstour met verschillende stops op e-bikes (rekening houdend met de leeftijd) door Huizen waarin de historie en cultuur wordt verteld (deze activiteit sluit goed aan op het leerzame en actieve aspect van het Brand Experience model).

Bovenstaande informatie en kennis die opgedaan is tijdens het onderzoek draagt bij aan de beantwoording op de centrale vraag “Wat zijn de mogelijkheden om het huidige vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoeristen van de gemeente Huizen te verbeteren en uit te breiden?”. De vijf opgestelde deelvragen hebben geleid naar het antwoord. Uit deelvraag 1 is gekomen dat er momenteel niks wordt aangeboden dat speciaal aansluit op de doelgroep riviercruisetoeristen. Uit deelvraag 2 is gekomen wat de wensen en behoeftes zijn van de doelgroep, het antwoord op de centrale vraag moet dus aansluiten bij deze wensen en behoeftes. Daarnaast werd in deelvraag 3 en 4 duidelijk wie de primaire stakeholders zijn en dat er geen sprake is van huidige samenwerkingsovereenkomsten tussen hen. De concrete mogelijkheden die zouden kunnen worden gerealiseerd, worden in deelvraag 5 duidelijk. Als deze mogelijkheden worden gecombineerd met de wensen en behoeftes van de doelgroep zijn de mogelijkheden om het huidige vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoeristen te verbeteren en uit te breiden: een stadswandeling met gids en smeed demonstratie, een wijnproeverij, een tour door Huizen met verschillende stops, een bezoek aan het Huizer museum, een workshop smeden, een rondleiding, presentatie en varen op een oude botter bij de Botterwerf en een fietsarrangement met e-bikes. Deze mogelijkheden sluiten daarnaast ook aan op de trends beschreven in paragraaf 1.4. Bovenstaande mogelijkheden vormen het antwoord op de centrale vraag en daarmee ook de basis voor de arrangementen die de onderzoeker aanbiedt aan de gemeente Huizen en in haar optiek voor het beste resultaat zullen zorgen wat betreft het uitbreiden en verbeteren van het vrijetijdsaanbod van Huizen.

HOOFDSTUK 7: AANBEVELINGEN

In dit hoofdstuk zijn aanbevelingen gedaan ter oplossing van het in paragraaf 1.3 beschreven probleem. De aanbevelingen zijn gebaseerd op de beschreven resultaten van de verschillende deelvragen, de analyses, modellen, de trends en de conclusie. In een meeting met de wethouder Ronald Boom, stadsmanager Patricia van de Groep en beleidsmedewerker Leo Detering is er afgesproken dat er aanbevelingen zullen worden gegeven over drie kansrijke en haalbare arrangementen. Daarnaast wordt er een favoriet uitgekozen door de onderzoeker.

Een terugblik op de gebruikte modellen die van toepassing zijn op de aanbevelingen: het Brand Experience model van Pine & Gilmore en het KANO-model en daarnaast ook de trend beleving en authenticiteit. Na een analyse van de antwoorden van de enquête kwam naar voren dat de respondenten het liefst een leerzame of esthetische activiteit doen, daarnaast waren de antwoorden over de houding in een activiteit (passief of actief) redelijk gelijk verdeeld. Zoals al beschreven is in de conclusie zal de onderzoeker daarom minimaal één actieve en één passieve activiteit aanbieden. Daarnaast zal er ook een minimaal één leerzame en één esthetische activiteit worden aangeboden. Ook is er gekeken naar de in enquête ingevulde interesses van de respondenten. De interesses die meegenomen worden in de aanbevelingen zijn natuur, culinaire, historie, cultuur en sport. Het KANO-model is ook gebruikt bij het maken van de aanbevelingen. Elk arrangement dat aanbevolen wordt moet sanitaire voorzieningen en goede uitleg en begeleiding hebben. Daarnaast is een eetgelegenheid als de overtreffende eigenschap niet aanwezig bij de aanbevelende arrangementen, omdat het noodzakelijk is om eerst de basiseigenschappen en prestatie-eigenschappen op orde te hebben. Bij het maken van de aanbevelingen is er ook gekeken naar beleving en hoe authentiek en uniek het arrangement is, omdat zoals beschreven is in de resultaten en de conclusie dit een erg belangrijk aspect is voor de riviercruisetouristen.

Aanbeveling 1 – Wijnproeverij op de Botterwerf inclusief rondleiding

Als eerste haalbare arrangement beveelt de onderzoeker een combinatie van zowel een esthetische als leerzame activiteit aan. Er is hier dus ook sprake van zowel een passieve (tijdens de esthetische activiteit) als een actieve houding (tijdens de leerzame activiteit). Het eerste haalbare arrangement bestaat uit een wijnproeverij (het esthetische en passieve onderdeel), verzorgd door Rutger Siersma van Wijnadvies, gegeven op de Botterwerf. Na deze wijnproeverij zal er een rondleiding (wordt gegeven in zowel het Nederlands, Duits als Engels) op de Botterwerf worden gegeven (het leerzame en actieve onderdeel) door de vrijwilligers aangewezen door Frans Kolk en Emile van Waegeningh. Tijdens deze rondleiding zal worden laten zien met welke botterrestaurants zij bezig zijn en zal er een historisch verhaal worden verteld over de historie en cultuur van Huizen. Tijdens dit arrangement zijn er sanitaire voorzieningen aanwezig op de Botterwerf, ook zullen Rutger Siersma, Frans Kolk en Emile van Waegeningh ervoor zorgen dat er goede begeleiding en uitleg is tijdens de activiteiten. De interesses culinaire, historie en cultuur zijn in deze aanbevelingen verwerkt. Daarnaast is het onderdeel authenticiteit ook van toepassing; niet op veel plekken heeft de toerist de kans om een wijnproeverij tussen oude botters bij te wonen. Zoals Evert Koster van de ACP beschreef in het interview *“Het is niet zo dat je specifiek naar een wijnproeverij en kaasmaken in Huizen gaat, de botterwerf trekt de passagiers juist aan.”* (Koster, Project manager bij ACP, 2020). Overigens moeten er wel de nodige ondersteuning en aanpassingen worden gedaan. Op dit moment is het niet mogelijk horecamogelijkheden te organiseren op de Botterwerf, dit is in strijd met het bestemmingsplan. Met de opgedane kennis uit verschillende bronnen tijdens het doen van dit onderzoek is de onderzoeker er zeker van dat dit arrangement zal aanslaan bij de riviercruisetouristen. De onderzoeker beveelt daarom de gemeente Huizen aan om nog een keer naar het bestemmingsplan te kijken en dit aan te passen zodat er horecamogelijkheden mogelijk zijn op de Botterwerf. Als dit niet kan, beveelt de onderzoeker aan om een uitzondering te maken voor de Botterwerf om zo meer riviercruisetouristen aan te trekken in Huizen.

Aanbeveling 2 – Een demonstratie bij Dochter van de Smid & rondleiding op de Botterwerf

Als tweede haalbare arrangement beveelt de onderzoeker weer een combinatie van zowel een esthetische als leerzame activiteit aan. Er is hier dus ook weer sprake van zowel een passieve (tijdens de esthetische activiteit) als een actieve houding (tijdens de leerzame activiteit). Het tweede haalbare arrangement bestaat uit een demonstratie verzorgd door Annelied van Dijk bij Dochter van de Smid (het esthetische en passieve onderdeel), zij is gevestigd op de Botterwerf, om vervolgens een rondleiding (wordt gegeven in zowel het Nederlands, Duits als Engels) te krijgen op de Botterwerf (het leerzame en actieve onderdeel) door vrijwilligers aangewezen door Frans Kolk en Emile van Waegeningh. Tijdens deze rondleiding zal er worden laten zien met welke botterrestauraties zij bezig zijn en zal er een historisch verhaal worden verteld over de historie en cultuur van Huizen. Ter afsluiting van dit arrangement zal er voor elke riviercruisetoerist een wikkelkoek (typische Huizer lekkernij) met koffie en thee klaar staan, deze lekkernij kan afgehaald worden bij een lokale bakkerij. Tijdens dit arrangement zijn er sanitaire voorzieningen aanwezig op de Botterwerf, ook zullen Annelied van Dijk, Frans Kolk en Emile van Waegeningh ervoor zorgen dat er goede begeleiding en uitleg is tijdens de activiteiten. De interesses historie en cultuur zijn in deze aanbevelingen verwerkt. Daarnaast is het onderdeel authenticiteit ook van toepassing; smeden is een oud ambacht en wordt bijna nergens meer gedaan, hier hebben de riviercruisetoeristen de mogelijkheid om een demonstratie bij te wonen en zo kunnen zij toekijken hoe smeden in zijn werk gaat. Daarnaast, zoals al beschreven is in aanbeveling 1, is de Botterwerf een bijzondere plek, iets wat de toerist niet snel tegen zou komen in andere steden/landen. Ook de lokale lekkernij die aan het einde van het arrangement verzorgd wordt voor de riviercruisetoeristen is authentiek en kenmerkend voor Huizen. De onderzoeker is van mening dat ook dit arrangement riviercruisetoeristen zal aantrekken naar het dorp Huizen en zo ook het vrijetijdsaanbod verbetert.

Aanbeveling 3 – Een culturele fietstour op e-bikes door Huizen met verschillende stops

Als derde haalbare arrangement beveelt de onderzoeker een leerzame activiteit met een actieve houding aan. Het derde haalbare arrangement bestaat uit een culturele e-bike tour met verschillende stops. De e-bikes zullen worden verzorgd door Arne Visser van Gooise Fietsverhuur, hij zal er voor zorgen dat de e-bikes klaar staan in de haven wanneer de riviercruisetoeristen aankomen. De eerste stop is een stop bij Visser kaaswinkel waar de riviercruisetoerist een rondleiding krijgt, typisch Huizer kaas mag proeven en de mogelijkheid heeft om een stuk kaas aan te schaffen. De tweede stop is bij het Huizer museum waar de riviercruisetoeristen de mogelijkheid hebben om het museum binnen te gaan. In dit museum wordt de cultuur en historie van Huizen verteld en weergegeven. De onderzoeker beveelt in dit arrangement ook aan dat er gedurende de hele tour een ervaren, eventueel lokale gids aanwezig is die de riviercruisetoeristen begeleidt en vertelt over de cultuur en historie van Huizen. De onderzoeker beveelt ook aan om het verhaal van het Huizer Melkmeisje te vertellen tijdens deze tour en om langs oude en authentieke gebouwen en straatjes te fietsen. De tour zal worden gedaan in het Nederlands, Engels of Duits, afhankelijk van de groep die geboekt heeft. Wanneer het arrangement aanslaat zou er gekeken kunnen worden naar nog meer taalopties zoals Spaans of Chinees. Tijdens dit arrangement zijn er sanitaire voorzieningen bij het Huizer museum aanwezig, hier hebben de riviercruisetoeristen de mogelijkheid om naar de wc te gaan. Verder zullen de gids, Arne Visser, Jasper van Mill (Visser kaas) en de vrijwilligers bij het Huizer museum ervoor zorgen dat er goede begeleiding en uitleg aanwezig is gedurende de hele fietstour. De interesses natuur, sport, historie en cultuur zijn in deze aanbevelingen verwerkt. Daarnaast is het onderdeel authenticiteit ook van toepassing; de riviercruisetoerist krijgt de kans om de cultuur en historie van Huizen op authentieke wijze te leren kennen, namelijk op een e-bike. Daarnaast krijgt de riviercruisetoerist een kijkje in een kaaswinkel en de kans om een typisch Huizer kaas te proeven en aan te schaffen. Ook de oude gebouwen en bijzondere straatjes en het verhaal van het Huizer Melkmeisje zijn authentiek in dit arrangement. De onderzoeker heeft ook bewust gekozen voor e-bikes om zo rekening te houden met de leeftijd van de doelgroep. Ook de verschillende stops zullen ervoor zorgen dat de doelgroep telkens even een

lichamelijk rustmoment heeft. De onderzoeker is van mening dat vooral de sportievere groep van de doelgroep dit arrangement aantrekkelijk zal vinden. Verder is de onderzoeker van mening dat de verschillende elementen in dit arrangement er een echte beleving van wordt gemaakt.

Aanbeveling één is het favoriete arrangement van de onderzoeker omdat dit zowel een leerzame als esthetische activiteit is met zowel een actieve als passieve houding. Daarnaast is de onderzoeker van mening dat de activiteiten uit arrangement één het meest bij de leeftijdscategorie en doelgroep passen. Daarnaast vindt de onderzoeker dit arrangement ook het meest authentiek, wat voor de doelgroep een erg belangrijk aspect is in een arrangement of activiteit. Een wijnproeverij tussen oude bidders gevolgd door een rondleiding waarin wordt verteld over de bidders en de cultuur en historie van de bestemming wordt nergens anders gedaan en is dus onderscheidend van bijvoorbeeld een bestemming als Amsterdam.

Overigens kwamen er nog een aantal bevindingen naar voren die de onderzoeker graag aan de gemeente Huizen wil aanbevelen. Om ervoor te zorgen dat de arrangementen bekend worden onder de riviercruisetoeristen is het van belang om de arrangementen op tijd (de meeste programma's worden twee jaar van tevoren gemaakt) bekend te maken bij de cruiserederijen zodat zij de arrangementen in hun programma kunnen opnemen. Wanneer de arrangementen in het programma zijn opgenomen en ze dus van tevoren geboekt kunnen worden, weten de ondernemers ook hoeveel riviercruisetoeristen die periode een arrangement hebben geboekt. Dit zal ervoor zorgen dat alles geregeld kan worden en soepel verloopt.

Naast de bovenstaande aanbevelingen over arrangementen en producten die de riviercruisetoeristen zouden kunnen aantrekken om een (halve) dag in Huizen te spenderen, heeft de onderzoeker ook andere aanbevelingen bedacht die de riviercruisetoeristen zouden kunnen aantrekken tot Huizen. Deze aanbevelingen zijn gebaseerd op een win-win situatie voor zowel de toerist als de gemeente Huizen en de rederijen.

1. Wanneer de riviercruisetoeristen kiezen om een dag langer in Huizen te blijven, krijgen zij de 2e nacht in Huizen gratis;
2. Een deel van het havengeld moet worden ingezet om de mensen in Huizen te houden, door bijvoorbeeld kortingen of andere acties aan te bieden in Huizen;
3. De wijn die tijdens de wijnproeverij in aanbeveling 1 wordt gebruikt, kan worden geserveerd op de riviercruiseboot met provisie voor de cruiserederij;
4. Bij het boeken van twee arrangementen in Huizen wordt er een passende korting gegeven op het tweede arrangement;
5. Elke 6e persoon van een groep die samen een arrangement boekt is gratis;
6. Bij het boeken van een arrangement krijgt de toerist een gratis Huizer melkmeisje sleutelhanger;
7. Er worden lokale producten geserveerd op de cruiseboot tijdens de aanleg in Huizen. De geserveerde producten zullen worden voorzien van een duidelijke beschrijving van waar het product te kopen is in Huizen;
8. De onderzoeker beveelt de gemeente Huizen aan om het aanmeren in Huizen zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor de rederijen. Dit zouden zij kunnen doen door de havengelden te reduceren. Als gevolg hiervan zou de riviercruiseboot een halve dag langer aangemeerd kunnen blijven.



HOOFDSTUK 8: REFLECTIE

Door de Corona maatregelen was het veldwerk anders dan normaal. De grootste tegenvaller was dat de havens dicht waren en er dus geen riviercruiseschepen en riviercruisetouristen waren. Daarnaast moesten alle interviews telefonisch of online via Skype of Facetime worden afgenomen. Een aantal respondenten had zelfs geen tijd om een telefonisch interview te doen wegens het virus. Ondanks de tegenslagen heeft de onderzoeker toch een manier gevonden om de juiste respondenten te benaderen, dit was namelijk via contacten van de opdrachtgever en via verschillende kanalen van zowel de opdrachtgever als de VVV kantoren in het Gooi. Daarnaast was het ook een opgave om aan de juiste hoeveelheid respondenten te komen zodat het onderzoek valide en betrouwbaar zou zijn. Er zijn extra interviews gehouden om zo het lage aantal respons op de enquête te compenseren. De gekozen methode is als positief ervaren tijdens het onderzoek. De mixed methods strategie heeft ervoor gezorgd dat er toch genoeg gegevens zijn verzameld en er zelfs sprake is van saturatie. Het analyseren van deze gegevens werd gedaan aan de hand van transcriberen, labelen en SPSS. De onderzoeker had vooral moeite met het transcriberen van de interviews omdat dit veel tijd in beslag nam en geen fijn werk was. Daarentegen vond de onderzoeker labelen en de gegevens in SPSS zetten wel erg leerzaam en fijn om te doen. Door middel van deze werkwijze van analyseren kon de onderzoeker de resultaten op de deelvragen goed uitwerken.

De selectie van de respondenten voor de interviews is als positief ervaren. De gegevens van de respondenten waren bekend bij de opdrachtgever, de respondenten waren dus makkelijk en goed te bereiken. Dit was erg fijn en tijdsbesparend voor de onderzoeker. De aselecte steekproef is gedaan omdat er geen andere mogelijkheid was wegens corona. De onderzoeker vond deze selectie tegenvallen aangezien er maar 41 respondenten hebben gereageerd op de enquête. Dit aantal was niet genoeg. Om deze reden heeft de onderzoeker aanvullende interviews gehouden.

Gedurende het hele onderzoek is er gebruikgemaakt van een strakke planning en de onderzoeker heeft zich hier ook aangehouden. De onderzoeker vond het wekelijkse moment op kantoor (voor Corona) en het wekelijks belmoment (tijdens corona) erg fijn en heeft hier veel hulp uit kunnen halen elke week.

Ten slotte heeft het schrijven van het onderzoek naast stress ook goede dingen gebracht. De onderzoeker heeft het onderzoek als zeer leerzaam ervaren. Daarnaast heeft de onderzoeker veel nieuwe netwerken gevormd tijdens het scriptieproces. De onderzoeker heeft geleerd dat plannen een belangrijk onderdeel is van een groot project en heeft zich de gehele periode gehouden aan een strakke planning, deze heeft zeker bijgedragen aan het resultaat. Daarnaast heeft de onderzoeker zich verder ontwikkeld in het gebruik van SPSS statistiek. Deze kennis was een beetje weggezakt sinds jaar 2, maar is door het analyseren van de enquêtes opgehelderd en zelfs verder ontwikkeld. Ook kritisch op zoek gaan naar bronnen en doorvragen in interviews heeft de onderzoeker geleerd. Vooral tijdens het transcriberen van de interviews kwam de onderzoeker erachter dat veel respondenten niet echt antwoord gaven op de vragen, maar er een beetje omheen draaien, juist daarom is doorvragen zo belangrijk. De onderzoeker zou de volgende keer de interviews over een kortere periode plannen zodat er meer tijd zou zijn om de gegevens te verzamelen. De onderzoeker merkte namelijk dat het veldwerk veel tijd in beslag nam en dat de periode om gegevens te verzamelen een stuk korter was, terwijl dit meer werk was.

Aan de hand van dit onderzoek zou er in de toekomst nog verder onderzoek kunnen worden gedaan naar of de markt groot genoeg is om in te investeren, hoe aantrekkelijk de aanbevelingen uit dit onderzoek worden gevonden door de riviercruisetouristen en in hoeverre het aantal toeristen in Huizen is gestegen of gedaald naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek.

NAWOORD

Ik heb het schrijven van dit onderzoeksrapport als leerzaam en interessant ervaren. Ik heb veel nieuwe kennis opgedaan en vaardigheden ontwikkeld. Het doen van dit onderzoek heeft mij verder gebracht in mijn persoonlijke ontwikkeling. Ik ben er zeker van dat ik de kennis en vaardigheden opgedaan tijdens dit onderzoek zal gaan gebruiken in de toekomst.

Tharisha van Oostveen
Huizen, september 2020

BIBLIOGRAFIE

- Amsterdam Cruise Port. (2016). *Economische impact riviercruisevaart in de ACP-regio*. Amsterdam: Decisio.
- Bed and breakfast nieuws. (2016). *Beleving en geluk*. Opgehaald van Bedandbreakfastnieuws.nl: <https://www.bedandbreakfastnieuws.nl/reiziger-van-de-toekomst-zoekt-geluk-en-beleving>
- Boogaard, N. v. (2020, april). interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Boston University. (2014). *Research gate*. Opgehaald van Boston University: https://www.researchgate.net/profile/Melinda_Jaszberenyi/publication/280831500_httpwwwbuedubhr20141001european-river-cruises-on-the-rise-among-american-tourists/links/55da3ca408aeb38e8a8a1100.pdf
- Bot, R. (2020, april). Interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- De Afstudeerconsultant. (2014). *Onderzoeksmethoden*. Opgehaald van Deafstudeerconsultant.nl: <https://deafstudeerconsultant.nl/afstudeertips/onderzoeksmethoden/fieldresearch-vs-deskresearch/>
- Dekker, H., Van Ginkel, K., Nieveen, N., Keursten, P., Rondeel, M., & Wagenaar, S. (2000). *Werken aan kennis. Methoden voor het creëren, delen en toepassen van kennis*. Opgeroepen op april 25, 2018, van Kessels & Smit: <https://www.link2learn.nl/wp-content/uploads/2008/08/Werken-aan-kennis-2000.pdf>
- Detering, L. (2020, april). Interview gemeente Huizen. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Detering, L. (2020, februari). Interview stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Dijk, A. v. (2020, april). Interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- EURIB. (2009). *Brand experience model van Pine en Gilmore*. Opgehaald van Eurib.net: <https://www.eurib.net/experience-realms-model/>
- Event Branche Magazine. (2017). *De tien event trends voor 2017*. Opgehaald van Eventbranche.nl: <http://eventbranche.nl/public/18-21.pdf>
- Gemeente Huizen. (2011). *Nota Toerisme Huizen*. Huizen : Gemeente Huizen.
- Gemeente Huizen. (2018-2022). *Coalitieakkoord*. Huizen: Gemeente Huizen.
- Gemeente Huizen. (2019). *Concernplan*. Huizen: Gemeente Huizen.
- Gemeente Lelystad & MRA bureau. (2019). *Marktanalyse riviercruisevaart MRA*. Amsterdam: Decisio.
- Gemeente Overijssel. (2019). *Regionale economie*. Opgehaald van Overijssel.nl: <http://www.overijssel.nl/loket/subsidie/regionale-economie/product-markt/>
- GfK. (2019). *Over GfK*. Opgehaald van Gfk.com: <https://www.gfk.com/nl/over-gfk/over-gfk/>
- Go Total Branding. (2018). *Customer experience-beleveniseconomie*. Opgehaald van Gototalbranding.nl: <http://gototalbranding.nl/customer-experience-beleveniseconomie/>
- Hopstaken, A. (2020, april). interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- How and What. (2019, augustus 3). *TALC model Butler*. Opgehaald van Howandwhat.net: <https://www.howandwhat.net/butler-tourism-area-life-cycle-model-talc/>
- I Amsterdam. (2018). *Productbudget*. Opgehaald van iamsterdam.com: <https://www.iamsterdam.com/nl/over-ons/amsterdam-en-partners/nieuws/2018/productbudget-internationale-bezoekers-amsterdam-area-2018>

- I Amsterdam. (2019). *Winnaars Productbudget*. Opgehaald van iamsterdam.com:
<https://www.iamsterdam.com/nl/over-ons/amsterdam-en-partners/nieuws/2018/maar-liefst-9-winnaars-projectbudget-amsterdam-bezoeken-holland-zien>
- IMU. (2019). *Marketing kennisbank*. Opgehaald van Imu.nl: <https://imu.nl/internet-marketing-kennisbank/begrippen/destep-analyse/>
- ITB World Travel Trends Report. (2016). *ITB World Travel Trends Report*. Berlijn: Messe Berlin GmbH.
- Jij en Overijssel. (2017, Februari). *PMPC regeling*. Opgehaald van Jijenoverijssel.nl:
<https://www.jijenoverijssel.nl/5413/pmpc-regeling-samenwerken-in-vrijtijdssector>
- Journals Sagepub. (2018, december). *Sage Journals*. Opgehaald van Journalsagepub.com:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1356766718814088>
- JSTOR. (2009). *The stakeholder model Freeman*. Opgehaald van Jstor.org:
<https://www.jstor.org/stable/40294649?seq=1>
- Koster, E. (2018). *Economische Impact Riviercruisevaart in de ACP-Regio*. Amsterdam.
- Koster, E. (2020, april). Project manager bij ACP. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Managementmodellensite. (2018). *KANO-model*. Opgehaald van
[managementmodellensite.nl: https://managementmodellensite.nl/kano-model/#.XlZrPC1x9QI](https://managementmodellensite.nl/kano-model/#.XlZrPC1x9QI)
- Managementmodellensite. (2018). *Stakeholders*. Opgehaald van Managementmodellensite:
https://managementmodellensite.nl/stakeholders/#.Xk_WTy1x9QI
- Managementmodellensite. (2019). *DESTEP*. Opgehaald van Managementmodellensite.nl:
<https://managementmodellensite.nl/destep/>
- Managementmodellensite. (2019). *SWOT-analyse*. Opgehaald van
[Managementmodellensite.nl: https://managementmodellensite.nl/swot-analyse/](https://managementmodellensite.nl/swot-analyse/)
- Marketingmodellen. (2019). *DESTEP-analyse*. Opgehaald van Marketingmodellen.com:
<https://www.marketingmodellen.com/destep-analyse/>
- Metropool regio Amsterdam. (2020). *Over MRA*. Opgehaald van
[Metropoolregioamsterdam.nl: https://www.metropoolregioamsterdam.nl/over-mra/](https://www.metropoolregioamsterdam.nl/over-mra/)
- Mill, J. v. (2020, april). interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Motivaction. (2018). *De Kosmopolieten*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/de-kosmopolieten>
- Motivaction. (2018). *Gemaksoriënteerden*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/de-gemaksgeoriënteerden>
- Motivaction. (2018). *Mentality model*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality>
- Motivaction. (2018). *Moderne Burgerij*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/moderne-burgerij>
- Motivaction. (2018). *Nieuwe conservatieven*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/nieuwe-conservatieven>
- Motivaction. (2018). *Opwaarts Mobielen*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/opwaarts-mobielen>
- Motivaction. (2018). *Postmaterialisten*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/postmaterialisten>

- Motivaction. (2018). *Postmoderne Hedonisten*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/postmoderne-hedonisten>
- Motivaction. (2018). *Traditionele burgerij*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality/de-acht-mentality-milieus/traditionele-burgerij>
- Motivaction. (2019). *Mentality model*. Opgehaald van Motivaction.nl:
<https://www.motivaction.nl/mentality>
- NHTV. (2018). *Zeeën van kansen*. Breda: Scaldis academy.
- OKRA landschapsarchitecten. (2019). *Integrale Kustvisie Huizen*. Huizen: OKRA.
- Pine, B., & Gilmore, J. (2011). *The experience economy*. Boston: Harvard Business Review Press. Opgeroepen op februari 16, 2018
- Plaatsengids. (2018). *Huizen*. Opgehaald van Plaatsengids.nl:
<https://www.plaatsengids.nl/huizen>
- Projectmanagementsite. (2018). *Stakeholderanalyse*. Opgehaald van Projectmanagementsite.nl:
https://projectmanagementsite.nl/stakeholdersanalyse/#.Xk_YMS1x9QI
- Reijn, B. (2020, april). Interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Saunders, L. T. (2015). *Methoden en technieken van onderzoek*. Amsterdam: Pearson.
- Scribbr. (2017). *Soorten interviews*. Opgehaald van Scribbr.nl:
<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/soorten-interviews/>
- Siersma, R. (2020, april). Interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Sigma Online. (2020). *Kano-model*. Opgehaald van Sigmaonline.nl:
<https://www.sigmaonline.nl/2016/06/kano-model/>
- Slideshare. (2011). *Butler Model*. Opgehaald van Slideshare.net:
<https://www.slideshare.net/egan2/butler-model-9565119>
- Stakeholders, P. (2020, april). Interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)
- Strategisch Marketing Plan. (2018). *SWOT-analyse SMP*. Opgehaald van Strategischmarketingplan.com: <https://www.strategischmarketingplan.com/swot-analyse/>
- USA Today. (2020, januari 1). *Cruise trends*. Opgehaald van Usatoday.com:
<https://eu.usatoday.com/story/travel/cruises/2020/01/01/2020-cruise-trends-more-private-islands-theme-cruises-expeditions/2785049001/>
- Van Dale. (2020). *Van Dale behoeftes*. Opgehaald van Vandale.nl:
<https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/behoefte#.Xru1sS-iFQI>
- Van Dale. (2020). *Van Dale wensen*. Opgehaald van Vandale.nl:
<https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/wensen#.Xru1Wy-iFQI>
- Van Dale. (2020, mei). *Van dale woordenboek*. Opgehaald van Vandale.nl:
<https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/mogelijkheid#.XrUpLi-iFp8>
- Van Dale. (2020, mei). *Van Dale woordenboek*. Opgehaald van Vandale.nl:
<https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/concreet#.XrUoyy-iFp8>

Verkeersbureaus. (2020). *Trends cruises*. Opgehaald van Verkeersbureaus.info:
<https://verkeersbureaus.info/nieuws/2020/01/09/146521-dit-worden-de-cruise-trends-in-2020/>

Viking river cruises. (2020). *What is river cruise*. Opgehaald van Vikingrivercruises.co:
<https://www.vikingrivercruises.co.uk/what-is-river-cruise.html>

Visser, A. (2020, april). interview primaire stakeholder. (T. v. Oostveen, Interviewer)

VVV Huizen. (2019). *Huizen*. Opgehaald van VvvHuizen.nl: <https://www.vvvhuizen.nl/nl>

VVV Huizen. (2019). *Huizen kerngegevens*. Opgehaald van Huizen.nl:
https://www.huizen.nl/inwoner/kerngegevens_3163/

VVV Huizen. (2019). *Zien en doen*. Opgehaald van Vvvhuizen.nl:
<https://www.vvvhuizen.nl/nl/zien-en-doen>

Waegeningh, F. K. (2020, april). Interview primaire stakeholders. (T. v. Oostveen, Interviewer)

BIJLAGE

1. INTEGRALE KUSTVISIE HUIZEN

Huizen heeft een mooie kust en haven. Om hier optimaal gebruik van te maken waren er een aantal ideeën bedacht, zoals een trekkerscamping en een strandpaviljoen. Al deze ideeën hebben als doel om de kust van Huizen een flinke boost te geven. De Raad kwam met het idee om in plaats van vier losse projecten, een integrale visie voor het kustgebied van Huizen te maken namelijk de Kustvisie (OKRA landschapsarchitecten, 2019).

De kustvisie is samengesteld met de inwoners, de ondernemers, verenigingen en buurgemeenten. Na flink wat brainstormsessies van deze belanghebbenden is de Kustvisie ontstaan. De Kustvisie bestaat uit acht thema's: water op de agenda, basis op orde, samenwerking publieke en private ontwikkelingen, zorgen voor goede verbindingen en samenhang, heldere zonering in druk en rustig, meer ruimte voor voetganger en fietser, verbreding aanbod recreatie en toerisme en gerichte kwaliteitsimpulsen (OKRA landschapsarchitecten, 2019).

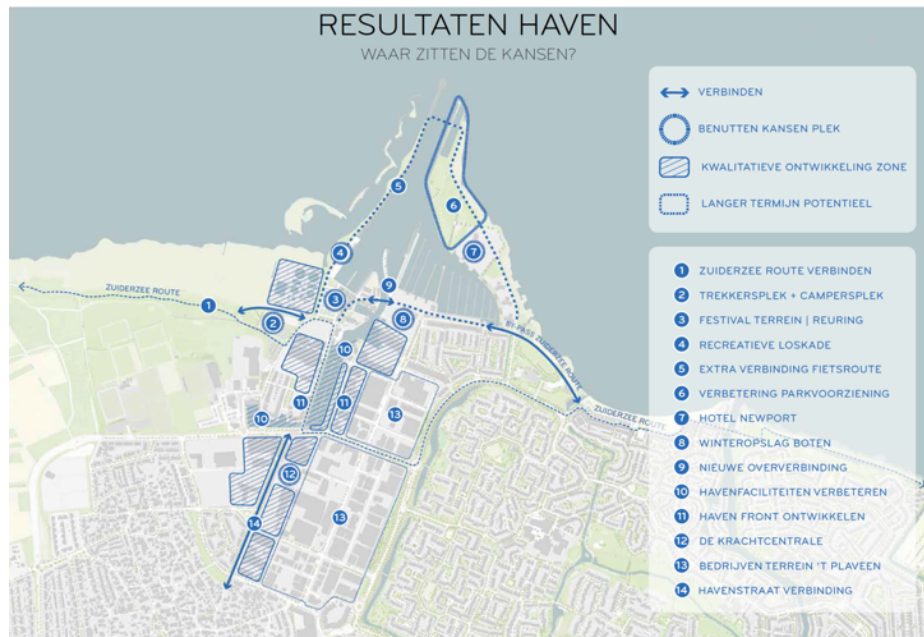
De Huizer kustzone is onderverdeeld in deelgebieden, deze deelgebieden zijn: water en eilanden, kustroute en dwarsverbindingen, Natuurpoort Wolfkamer, Huizer Haven, Havenstraat, Huizerhoofd, strand en Zomerkade, aanloophaven en Gooimeerpromenade. In de kustvisie wordt per deelgebied beschreven wat het gebied inhoudt, de participatie, de randvoorwaarden, de kansen, de vervolgstappen en de aandachtspunten bij de verdere uitwerking. Daarnaast zijn er ook afbeeldingen weergegeven zodat er een duidelijk beeld is wat er gaat gebeuren met het gebied (OKRA landschapsarchitecten, 2019).

De kustvisie zal per onderdeel uitgevoerd worden en er zal na akkoord van de gemeenteraad op korte termijn een uitvoeringsprogramma aan de gemeenteraad worden aangeboden (OKRA landschapsarchitecten, 2019).

De integrale kustvisie kan weer van belang zijn voor dit onderzoek, omdat de ontwikkelingen die zullen worden verwezenlijkt uiteindelijk van toepassing zijn op de doelgroep, zoals nieuwe en verbeterde fietsroutes.



FIGUUR 11 - RESULTATEN KUST (OKRA LANDSCHAPSARCHITECTEN, 2019).



FIGUUR 12 - RESULTATEN HAVEN (OKRA LANDSCHAPSARCHITECTEN, 2019).

2. BEST PRACTICES

PRODUCTBUDGET

Afgelopen jaar startte de MRA het project 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien', hierbij werd er een bedrag van 45.000 euro beschikbaar gesteld om nieuwe initiatieven in de themagebieden te stimuleren. Het doel van het project was om internationale bezoekers die Amsterdam bezoeken een bezoek aan de regio te laten doen. Verschillende partijen kunnen zich opgeven om een aanvraag in te dienen met betrekking tot een product dat aansluit bij het doel van het project. Een criteria die aan zo een aanvraag vast zit is een bijdrage te leveren aan het oplossen van knelpunten en het benutten van kansen per themagebied. Daarnaast dient tenminste 50 procent gefinancierd te worden door de samenwerkingspartners en moet de aanvraag binnen de MRA vallen (I Amsterdam, 2018).

In 2018 waren er 22 inzendingen waarvan er uiteindelijk negen hebben gewonnen. De themagebieden van dit project zijn: Old Holland, New Land, Castles & Gardens, Flowers of Amsterdam, Amsterdam Beach en Authentic Haarlem. De 22 aanvragen die waren ingediend kwamen uit vijf van de zes themagebieden. Uiteindelijk is er een bedrag van 44.000 euro verdeeld over negen aanvragen. De projecten die het grootste bedrag hadden gekregen, namelijk 10.000 euro, waren Discover Castles & Gardens of Amsterdam by bike, Scooter experience en Visit Beemster. De rest van het geld is verdeeld over Flower Art Museum, Zaanse Schans by bike & discover Waterland, Amstel river countrysite, Verkoopkiosk ms Waterland, Architectuurwandeling Almere en Werkeiland. Het viel op dat ontsluiting van de MRA de voorkeur heeft per fiets of e-bike (I Amsterdam, 2019). Dit is zeker interessant voor het huidige onderzoek voor de bestemming Huizen.



FIGUUR 13 - WINNAARS PRODUCTBUDGET 2018 (PRODUCTBUDGET , 2018).



FIGUUR 14 - SCREENSHOT INTERVIEW PRODUCTBUDGET (PRODUCTBUDGET , 2018).



Figuur 15 - Twee van de winnaars (Productbudget , 2018).

PRODUCT MARKT PARTNERS COMBINATIES – PMPC

Om de vrijetijdssector in Overijssel te verbeteren is de overheid in de provincie Overijssel een samenwerking begonnen tussen onderlinge ondernemers. Zij zochten ondernemers die samen met een partner nieuwe producten wilden ontwikkelen en realiseren. Deze producten dragen bij aan het aantrekkelijker en sterker maken van de vrijetijdssector in Overijssel. De rol van de overheid was hierin dat zij bij een goed plan subsidie zouden verlenen (Gemeente Overijssel, 2019).

De subsidies die werden verleend waren als volgt:

1. Subsidie voor het opstellen van een businesscase bedraagt 100% van de kosten met een maximum van 2500 euro per aanvraag.
2. De subsidie voor het uitvoeren van een businesscase bedraagt 35% van de kosten met een maximum van 100.000 euro per aanvraag.
3. De subsidie voor het opstellen en uitvoeren van een businesscase bedraagt 100.000 euro per aanvraag.

Voorbeelden die zijn ontstaan door deze regeling zijn de fiets- en eetroute Feel Food, het streekproductenlabel Verrukkelijk Vechtdal, Klimbos Avontuurlijk Paaslo en Gastroeien in Steenwijk. De PMPC regeling is twee keer per jaar beschikbaar, waarvan één aan het begin van het jaar en één aan het einde van het jaar (Jij en Overijssel, 2017).

Kijkend naar deze best practices in vergelijking met dit onderzoek, laat het zien dat ondernemers fanatiek van start gaan met ontwikkelen van nieuwe arrangementen en producten wanneer er sprake is van het verlenen van een subsidie door de overheid.

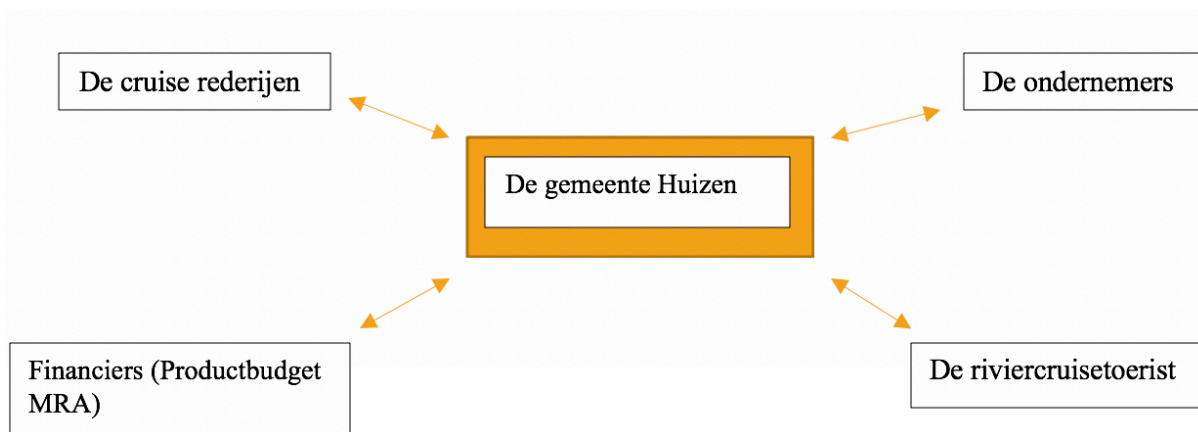
3. STAKEHOLDERMODEL FREEMAN UITGEWERKT

Er is gebruik gemaakt van het stakeholder model van Freeman bij het maken van de vragenlijsten voor de verschillende belanghebbende in dit onderzoek. Aan de hand van deze vragenlijsten, uitkomsten en kennis die de onderzoeker heeft opgedaan is er een Stakeholdermodel gemaakt van de primaire stakeholders van dit onderzoek. Ter verduidelijking zoals beschreven in paragraaf 3.2:

⁴ Primaire stakeholder: primaire stakeholders zijn personen die direct betrokken zijn en vaak een bijdrage aan het resultaat leveren (Projectmanagementsite, 2018). De primaire stakeholders in dit onderzoek zijn de klant (de riviercruisetoerist), de suppliers (de ondernemers, stichtingen etc.), de financiers en de cruiserederijen. Er is voor gekozen om de klant, de financiers en de cruiserederijen met betrekking tot de benaming van bovenstaande laatste **drie** deelvragen niet te gebruiken als primaire stakeholder. In deelvragen drie, vier en vijf bedoelt de onderzoeker dus de suppliers (de ondernemers) enkel als primaire stakeholder. Dit is tevens ook een behoefte stakeholder.

Bovenstaande beschrijving geldt alleen voor de benaming van 'primaire stakeholder' in de deelvragen drie, vier en vijf. In de uitwerking van het Stakeholdermodel van Freeman geldt deze beschrijving niet. Ter verduidelijking → hier zijn de primaire stakeholders alle personen die direct betrokken zijn en vaak een bijdrage aan het resultaat leveren, dus ook de klant (riviercruisetoerist) zelf.

Zoals te zien is in figuur 4 in paragraaf 4.1 is het normaliter zo dat 'het bedrijf' het middelpunt is van het Stakeholdermodel en dat de overheid gezien wordt als secundaire stakeholder. In dit onderzoek is deze opstelling echter niet van toepassing. Hier staat namelijk de overheid (de gemeente Huizen) als middelpunt van het model, daarnaast zullen de secundaire stakeholders ook niet besproken worden. Onderstaand vindt u het Stakeholdermodel van Freeman aangepast naar dit onderzoek met bijbehorende primaire stakeholders (zie figuur 12).



FIGUUR 16 - STAKEHOLDERMODEL FREEMAN UITGEWERKT

Waarom zijn juist deze belanghebbende primaire stakeholders in dit onderzoek?

De ondernemers (suppliers)

Aan de hand van het originele Stakeholdermodel van Freeman staan de suppliers zeker tussen de primaire stakeholders. In dit geval past dat ook bij dit project. De ondernemers zorgen namelijk voor een aanbod voor de klant. Zonder deze ondernemers kan je niks bieden, want zonder hun medewerking zal er niks zijn.

De riviercruisetoerist (klant)

Ook de klant valt onder de primaire stakeholders kijkend naar het originele Stakeholdermodel van Freeman. Dit is erg logisch, zonder klant zal er namelijk geen vraag zijn, dit maakt de klant tot een van de belangrijkste primaire stakeholders. Ook aan de hand van de wensen en behoeftes van de klant zullen er activiteiten en arrangementen gemaakt worden. Wanneer deze wensen en behoeftes dan veranderen, verandert het aanbod mee.

Productbudget MRA (financiers)

Om bepaalde projecten te kunnen doen is geld nodig. Financiers zijn daarom een belangrijke primaire stakeholder. Wanneer deze er niet zijn kan een project vaak niet doorgaan. In dit geval is er de mogelijkheid dat een deel van dit project gesubsidieerd wordt door het Productbudget van de MRA.

De cruisereederijen

Ook de cruisereederijen vallen onder de primaire stakeholders, omdat zij de arrangementen/activiteiten promoten aan boord van een cruise. Wanneer zij dit niet doen is het logische gevolg dat de klant geen kennis heeft van de activiteit en dus ook de activiteit niet kan boeken. De cruisereederijen hebben dus een directe invloed of een arrangement of activiteit gepromoot wordt en wellicht geboekt.

4. PINE & GILMORE MODEL UITGEWERKT

Er is gebruik gemaakt van het Pine & Gilmore model bij het maken van de enquête over de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist. Zoals al besproken is in de inhoudelijke verkenning is er gekozen voor dit model omdat de onderzoeker aan de hand van dit model de houding (actief/passief) en het soort activiteit die de riviercruisetoerist het liefst zou willen hebben kan achterhalen. Daarnaast speelt dit model weer in op de trend 'beleving en authenticiteit' beschreven in paragraaf 1.3.2.

De volgende enquête vragen zijn gebaseerd op het Pine & Gilmore model (de dimensies die er nu achter staan, stonden overigens niet in de enquête vraag):

Vraag 16: Welke soort activiteit trekt u het meest aan?

- Een activiteit dat me amuseert → Amusement
- Een leerzame activiteit → Educatief
- Een activiteit die me de werkelijkheid laat vergeten → Escapisme
- Een kunstzinnige/esthetische activiteit → Esthetiek

Vraag 17: Bent u liever actief of passief in een activiteit?

- Actief
- Passief

Met bijbehorende tabelresultaten (grafiekresultaten kunt u vinden in bijlage 10):

TABEL 4 – SOORT ACTIVITEIT

Soort activiteit		Count	Table N %
16. Welke soort activiteit trekt u het meest aan?	Een activiteit dat me amuseert	5	15,2%
	een leerzame activiteit	8	24,2%
	een activiteit waar ik er 'even uit ben'	6	18,2%
	een kunstzinnige activiteit	14	42,4%

TABEL 5 – HOUDING TIJDENS ACTIVITEIT

Houding		Count	Table N %
17. Kiest u liever voor een actieve of passieve activiteit?	Actief	22	53,7%
	passief	19	46,3%

Voorkeur dimensie

Kijkend naar de resultaten weergegeven in tabel 4 is er te zien dat 'amusement' en 'escapisme' het minst vaak zijn gekozen. Dit komt omdat de riviercruisetoeristen al op leeftijd zijn en bepaalde interesses hebben zoals al is beschreven in deelvraag 1 en 2. Een amuserende activiteit is bijvoorbeeld naar de bioscoop gaan en een escapistische activiteit is bijvoorbeeld bungeejumpen. De riviercruisetoerist heeft als interesses culturele en iconische bezienswaardigheden en is daarnaast al op leeftijd. Activiteiten als bungeejumpen, zou deze doelgroep niet eens lichamelijk aankunnen. Deze dimensies zullen daarom niet worden meegenomen in de aanbevelingen.

De dimensies die het vaakst gekozen zijn, zijn 'educatief' en 'esthetiek'. Dit houdt in dat de riviercruisetoerist graag iets zou willen leren over bijvoorbeeld de cultuur of historie van het dorp. Ook zouden ze een esthetische activiteit zoals een bezoek aan een museum, in Huizen zou dit het Huizer museum kunnen zijn, of een wijnproeverij. Deze twee dimensies zullen worden gebruikt bij het maken van de aanbevelingen. De aanbevelingen die worden gemaakt zullen dus gebaseerd zijn op een leerzame of esthetische activiteit of een combinatie van beide.

Voorkeur houding

In tabel 5 is te zien dat een actieve houding net iets vaker is gekozen dan een passieve houding, toch komen de aantallen van beide houdingen dicht bij elkaar in de buurt. Deze uitkomst sluit ook aan op de voorkeur van dimensies. Daar werden educatief en esthetiek het meest gekozen. Educatieve activiteiten hebben een actieve houding en esthetische activiteiten een passieve houding. De onderzoeker zal daarom aanbevelingen maken op basis van zowel een actieve als passieve houding.

Conclusie

De onderzoeker kan concluderen dat er aanbevelingen moeten worden gemaakt op basis van de uitkomst van bijbehorende enquêtevragen. Er zal minstens één aanbevelingen worden gemaakt waarin een leerzame activiteit met een actieve houding in zit. Daarnaast zal er ook minstens één aanbeveling gemaakt worden waarin een esthetische activiteit met een passieve houding in zit. Het kan ook een combinatie van beide worden.

5. KANO-MODEL UITGEWERKT

Er is gebruik gemaakt van het KANO-model bij het maken van de enquête over wensen en behoeftes. Zoals al is besproken in de inhoudelijke verkenning heeft de onderzoeker voor dit model gekozen om er zo achter te komen wat de riviercruisetoerist als basiseigenschap, prestatie-eigenschap en overtreffende eigenschap ziet. Deze uitkomst kan de onderzoeker meenemen in de aanbevelingen aan de gemeente Huizen.

Normaal gezien moet je per eigenschap die je wilt onderzoeken één functionele en één disfunctionele vraag stellen waar vijf keuzeantwoorden mogelijk zijn, namelijk: 'wil ik erg graag', 'verwacht ik', 'maakt me niet uit', 'kan ik mee leven', 'vind ik storend' (Sigma Online, 2020). Omdat de enquête al redelijk veel vragen had, leek het de onderzoeker niet verstandig om het op deze manier te doen, de enquête zou anders te lang worden voor de respondent waardoor er een kans zou zijn dat de enquête niet helemaal af zal worden gemaakt omdat de respondent dan zou afhaken. De onderzoeker heeft daarom een alternatief bedacht.

Om erachter te komen wat de basiseigenschappen (iets wat aanwezig **moet** zijn volgens de klant) zijn, heeft de onderzoeker de volgende enquête vraag opgesteld:

Vraag 18: Wat **moet** er volgens u zeker aanwezig zijn bij het doen van een activiteit/arrangement?

- Sanitaire voorzieningen
- Eetgelegenheid
- Goede uitleg en begeleiding
- Goede communicatie
- Erna de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen
- Anders, namelijk: _____

Om erachter te komen wat de prestatie-eigenschappen (iets wat de klant **verwacht** aanwezig te zijn) zijn, heeft de onderzoeker de volgende enquête vraag opgesteld:

Vraag 19: Wat **verwacht** u dat er aanwezig is bij het doen van een activiteit/arrangement?

- Sanitaire voorzieningen
- Eetgelegenheid
- Goede uitleg en begeleiding
- Goede communicatie
- Erna de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen
- Anders, namelijk: _____
-

Om erachter te komen wat de overtreffende eigenschappen (iets wat de klant **niet verwacht** maar **wel waardeert**) zijn, heeft de onderzoeker de volgende enquête vraag opgesteld:

Vraag 20: Wat **verwacht** u **niet**, maar **waardeert** u **wel** bij het doen van een activiteit/arrangement?

- Sanitaire voorzieningen
- Eetgelegenheid
- Goede uitleg en begeleiding
- Goede communicatie
- Erna de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen
- Anders, namelijk: _____

De tabel resultaten die hieruit kwamen zijn als volgt (de grafiek resultaten van deze enquête vragen zijn te vinden in bijlage 10):

TABEL 6 – BASIS-EIGENSCHAPPEN

Zeker aanwezig

		Count	Table N %
18. Wat moet er volgens u zeker aanwezig zijn bij het doen van een activiteit/arrangement?	Sanitaire voorzieningen	25	61,0%
	eetgelegenheid	9	22,0%
	goede uitleg en begeleiding	7	17,1%
	goede communicatie	0	0,0%
	erna de mogelijkheid hebben om een product te kopen van betreffende activiteit	0	0,0%

TABEL 7 – PRESTATIE-EIGENSCHAPPEN

Verwacht aanwezig

		Count	Table N %
19. Wat verwacht u dat er aanwezig is bij het doen van een activiteit/arrangement?	Sanitaire voorzieningen	11	26,8%
	eetgelegenheid	5	12,2%
	goede uitleg en begeleiding	20	48,8%
	goede communicatie	5	12,2%
	de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen	0	0,0%

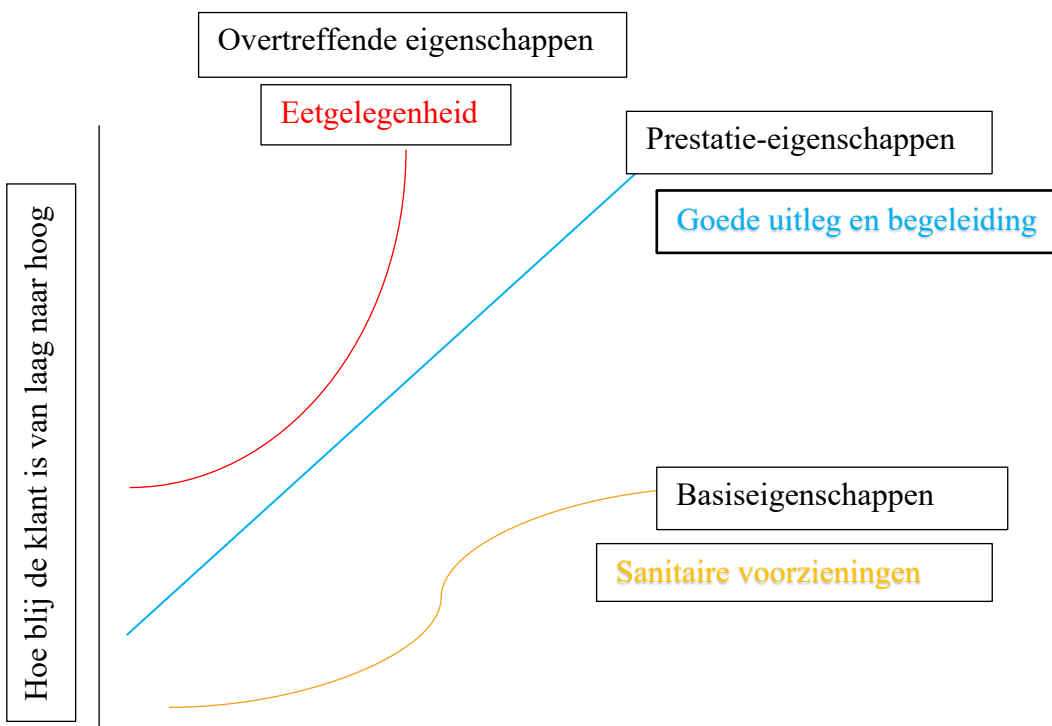
TABEL 8 – OVERTREFFENDE EIGENSCHAPPEN

Niet verwacht wel gewaardeerd

		Count	Table N %
20. Wat verwacht u niet, maar waardeert u wel bij het doen van een activiteit/arrangement?	Sanitaire voorzieningen	2	5,0%
	eetgelegenheid	22	55,0%
	goede uitleg en begeleiding	0	0,0%
	goede communicatie	1	2,5%
	erna de mogelijkheid hebben om een product te kopen van betreffende activiteit	15	37,5%

Aan de hand van bovenstaande resultaten kan de onderzoeker vaststellen dat de basiseigenschap bij het doen van een activiteit of arrangement 'sanitaire voorzieningen' zijn volgens de meeste respondenten. De klant vindt dus dat er sanitaire voorzieningen aanwezig **moeten** zijn. De prestatie-eigenschap bij het doen van een activiteit of arrangement is in dit geval voor de meeste respondenten 'goede uitleg en begeleiding'. De klant **verwacht** dus dat deze eigenschap aanwezig is bij een activiteit of arrangement. De overtreffende eigenschap bij het doen van een activiteit of arrangement is voor de meeste respondenten 'een eetgelegenheid'. De klant **verwacht dus niet** dat dit aanwezig is bij het doen van een activiteit of arrangement maar zal dit zeker **wel waarderen**.

Aan de hand van bovenstaande gegevens is er een grafiek gemaakt passend bij het KANO-model.



FIGUUR 17 - GRAFIEK KANO-MODEL

GEMEENTE HUIZEN

Welke primaire stakeholders¹⁰ zijn betrokken bij het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen met betrekking tot de riviercruisetoeristen?

1. Wie zijn deze primaire stakeholders? Waarom zijn zij ze?
2. Wat voor onderneming hebben de primaire stakeholders? En wie zijn ze?
3. Wat is hun corebusiness? Wat precies?
4. Hoelang zijn de primaire stakeholders gevestigd in de gemeente Huizen?
5. Voor hoelang zetten deze primaire stakeholders zich in voor het huidige vrijetijdsaanbod van de gemeente Huizen?
6. Wat bieden de primaire stakeholders aan voor de riviercruisetoerist op het gebied van vrijetijdsaanbod?
7. Wat is hun mening over het huidige vrijetijdsaanbod?
8. Zijn er al samenwerkingen/initiatieven die de primaire stakeholder zelf al hebben opgezet voor het aantrekken van riviercruisetoeristen? Zo ja, welke? Hoe willen de primaire stakeholders dit doen?
9. Zijn de primaire stakeholders bereid iets nieuws te ontwikkelen voor het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist?

Voor andere deelvraag:

10. Zou u ondersteuning bieden betreft subsidies, regelgeving en vergunningen aan de ondernemers?
11. Waarom?
12. Wanneer zou u dit wel bieden? En wanneer niet? Wat zijn de eisen?

PRIMAIRE STAKEHOLDERS

Welke samenwerkingsovereenkomsten zijn er al tussen de primaire stakeholders? & Wat zijn de concrete mogelijkheden voor de primaire stakeholders in het verbeteren en uitbreiden van het vrijetijdsaanbod?

1. Zou u een korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt?
2. Wat is volgens u het huidige vrijetijdsaanbod in Huizen?
3. Wat vindt u van het huidige vrijetijdsaanbod?
4. Vindt u dat er kansen liggen in Huizen die niet benut worden met betrekking tot het verbeteren van het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist?
5. Zo ja: hoe zou u het vrijetijdsaanbod dan verbeteren of uitbreiden? Waarom?
6. Zijn er samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in huizen of erbuiten? Zo ja welke? En voor hoelang al?
7. Hoe verlopen deze samenwerkingsovereenkomsten? Tevreden?
8. Hoe zijn deze tot stand gekomen? Wat was de reden?
9. Met welke ondernemers zou u nog willen samenwerken? Waarom? Of wat voor type ondernemingen? Welke sector?
10. Met welke ondernemers totaal niet? Waarom?
11. Wat zou u goede combinaties vinden qua ondernemers?
12. Met hoeveel ondernemers zou u maximaal willen samenwerken voor 1 arrangement/productontwikkeling? Waarom?
13. Met welke ondernemers ziet u kansen om een mooi arrangement of product te ontwikkelen? Waarom? Hoe ziet u dit voor zich?
14. Wat vindt u een goed concept m.b.t. een arrangement voor de riviercruisetoeristen?
15. Hoe ziet u dit voor u? waarom ziet u dit als concrete mogelijkheid?
16. Heeft u behoefte aan ondersteuning van de gemeente Huizen op het gebied van arrangement ontwikkeling van vrijetijdsaanbod met betrekking tot de riviercruisetoeristen? Hoe ziet u dit voor zich? In welke vorm?

Alleen als ondernemer hier kennis van heeft:

17. Kent u het profiel van de riviercruisetoerist? Kunt u deze beschrijven?
18. Waar liggen hun interesses?
19. Hebben ze een breed budget?
20. Wat voor soort activiteit zou de riviercruisetoerist aantrekken?
21. Zouden ze eerder een passieve houding hebben of een actieve houding in een activiteit?
22. Wat zou het belangrijkste element voor hen zijn in een activiteit of arrangement?

Wat zijn de wensen en behoeftes van de riviercruisetoerist wat betreft het vrijetijdsaanbod van Huizen?

1. Zou u het gemiddelde profiel van de riviercruisetoerist kunnen beschrijven?
2. Hoe oud zijn ze gemiddeld? Interesses?
3. Waar komen de meeste riviercruisetoeristen vandaan?
4. In welke havens komen ze het meest aan? Waarom in die haven denkt u?
5. Is Huizen een populaire haven?
6. Boeken de riviercruisetoeristen van tevoren al activiteiten? Ook in Huizen? vaak?
7. Welke activiteiten worden er vaak geboekt? In huizen?
8. Waar boeken ze die activiteiten?
9. Wat voor soort activiteit trekt de riviercruisetoerist het meest aan? Amusement? Leren? Escapisme? Esthetiek?
10. Zijn ze liever actief of passief?
11. wat zijn de belangrijkste aspecten van een arrangement voor de riviercruisetoerist? Prijs, kwaliteit?
12. Wat geven ze gemiddeld uit aan een arrangement/activiteit?
13. Hoe belangrijk is de prijs voor hun?
14. Zouden ze geïnteresseerd zijn in een arrangement met overnachting?
15. Wat is volgens u het perfecte arrangement voor de riviercruisetoerist?
16. Zou u bereid zijn als rederij om bijvoorbeeld de arrangementen die ik zal aanbevelen aan de gemeente deze al te promoten of bekend te maken wanneer de toeristen boeken of wanneer zij aan boord zijn?

7. ENQUETE

De gemeente Huizen wil het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist verbeteren en uitbreiden, zodat u in de toekomst een op maat gemaakt verblijf in de gemeente Huizen kunt hebben. Om de wensen en behoeftes van u als riviercruisetoerist zo goed mogelijk in beeld te krijgen, hebben wij deze enquête opgesteld. Het kost ongeveer 5 tot 10 minuten om de enquête in te vullen. De enquête is geheel anoniem en de verzamelde gegevens worden uitsluitend voor het onderzoek gebruikt. Als u vragen heeft, dan kunt u mailen naar p.vandegroep@huizen.nl

Vraag 1: Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw
- Anders

Vraag 2: Wat is uw leeftijd?

- Jonger dan 20
- Tussen de 20-40
- Tussen de 40-60
- Ouder dan 60

Vraag 3: Komt u uit Nederland?

- Ja
- Nee

Riviercruiseschip

Vraag 4: Hoe vaak bent u aangekomen in een haven met een riviercruiseschip?

- Dit is de eerste keer
- 2 keer
- 3 keer
- 4 of meer keren

Vraag 5: Hoe vaak bent u op een riviercruisetrip in Nederland geweest?

- 0 keer
- Dit is de eerste keer
- 2 keer
- 3 keer
- 4 of meer keren

Huizen

Vraag 6: Hoe vaak bent u in Huizen geweest?

- Nooit
- 1 keer
- 2 keer
- 3 keer
- 4 of meer keren

Vraag 7: Stel u komt aan de in haven van Huizen met een riviercruiseschip, zou u dan na aankomst in de haven van Huizen een activiteit doen in Huizen?

- Ja (ga naar vraag 10 en sla vraag 9 over)
- Nee (ga naar vraag 9)

Vraag 8: Waarom niet?

Vraag 9: Wat zou u doen/heeft u eerder gedaan na aankomst in Huizen?

Meerdere antwoorden mogelijk.

- Wandelen rondom het Nautisch Kwartier
- De horecagelegenheden
- Het Oude Dorp verkennen
- Zeilen
- Een rondleiding bij de Botterwerf
- Een workshop bij de smederij
- Anders, namelijk _____

Vraag 10: Had u deze activiteit van tevoren geboekt?

- Ja
- Nee

Vraag 11: Zo ja, waar en wanneer?

Riviercruisetoerist in Huizen (Alleen invullen als u ooit als riviercruisetoerist in de haven van Huizen bent geweest)

Vraag 12: Stelling: Ik vind dat er een breed genoeg vrijetijdsaanbod is voor mij als riviercruisetoerist in Huizen.

- Eens
- Oneens

Vraag 13: Wat is er volgens u te doen in Huizen voor u als riviercruisetoerist?

Vraag 14: Welke huidige activiteiten in het vrijetijdaanbod van Huizen interesseren u?

Meerdere antwoorden zijn mogelijk.

- Wandelen rondom het Nautisch Kwartier
- De horecagelegenheden
- Het Oude Dorp verkennen
- Zeilen
- Een rondleiding bij de Botterwerf
- Een workshop bij de smederij
- Anders, namelijk _____

Wensen en behoeftes

Vraag 15: Waar liggen u interesses?

Meerdere antwoorden mogelijk.

- Natuur
- Culinaire
- Amusement
- Sport
- Muziek
- Winkelen
- Historie
- Cultuur

Vraag 16: Welke soort activiteit trekt u het meest aan?

___ Een activiteit dat me amuseert

- ___ Een leerzame activiteit
- ___ Een activiteit die me de werkelijkheid laat vergeten
- ___ Een kunstzinnige activiteit

Vraag 17: Bent u liever actief of passief in een activiteit?

- Actief
- Passief

Vraag 18: Wat **moet** er volgens u zeker aanwezig zijn bij het doen van een activiteit/arrangement?

- Sanitaire voorzieningen
- Eetgelegenheid
- Goede uitleg en begeleiding
- Goede communicatie
- Erna de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen
- Anders, namelijk: _____

Vraag 19: Wat **verwacht** u dat er aanwezig is bij het doen van een activiteit/arrangement?

- Sanitaire voorzieningen
- Eetgelegenheid
- Goede uitleg en begeleiding
- Goede communicatie
- Erna de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen
- Anders, namelijk: _____

Vraag 20: Wat **verwacht** u **niet**, maar **waardeert** u **wel** bij het doen van een activiteit/arrangement?

- Sanitaire voorzieningen
- Eetgelegenheid
- Goede uitleg en begeleiding
- Goede communicatie
- Erna de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen
- Anders, namelijk: _____

Arrangementen

Vraag 21: Welk aspect vindt u het belangrijkste bij een arrangement?

- ___ Prijs
- ___ Kwaliteit
- ___ Duur
- ___ Groepsgrootte

Vraag 22: Welk aspect vindt u het minst belangrijk bij een arrangement?

- ___ Prijs
- ___ Kwaliteit
- ___ Duur
- ___ Groepsgrootte

Vraag 23: Doet u liever een activiteit/arrangement binnen of in de buitenlucht?

- Binnen
- Buitenlucht

Vraag 24: Hoeveel zou u uitgeven aan een arrangement?

- Maximaal 20 euro

- Maximaal 50 euro
- Maximaal 100 euro
- Meer dan 100 euro

Vraag 25: Hoe belangrijk is de prijs bij een arrangement voor u?

Niet belangrijk Matig belangrijk Belangrijk Zeer belangrijk

Vraag 26: Zou u geïnteresseerd zijn in een arrangement met overnachting?

- Ja
- Nee

Vraag 27: Als u een arrangement mocht ontwikkelen voor de gemeente Huizen voor u als riviercruisetoerist, hoe zou die er dan uitzien?

Dit is het einde van de enquête, hartelijk bedankt voor uw deelname.

8. INTERVIEWS UITGEWERKT

INTERVIEWS PRIMAIRE STAKEHOLDERS

LABELS

- Rood** – Onderneming
- Blauw** – Vrijtijdsaanbod
- Grijs** – Samenwerkingsovereenkomsten
- Geel** – Toekomst
- Paars** – Arrangement/productontwikkeling
- Groen** – Ondersteuning gemeente
- Roze** – Riviercruisetoerist
- Bruin** – verandering

INTERVIEW ANNELIED VAN DIJK – SMEDERIJ

Annelied: Hoi, goeiemorgen!

Tharisha: Hoi! Allereerst wil ik u bedanken dat u de tijd neemt om met mij een interview af te nemen, heel erg bedankt daarvoor! Met het hele corona gedoe

Annelied: ja geen probleem! Heel leuk juist!

Tharisha: zou ik dit gesprek mogen opnemen?

Annelied: Ja tuurlijk geen probleem!

Tharisha: oke top! Ik zou mezelf eerst even voorstellen. Ik ben Tharisha van Oostveen, 21 jaar en ben studenten aan Hogeschool Inholland bij de opleiding tourism management. Om te kunnen afstuderen moet ik ook een scriptie doen, dit doe ik bij de gemeente huizen wat ik woon sinds kort in Huizen. Het onderwerp van mijn onderzoek is het verbeteren en uitbreiden van het vrijtijdsaanbod in de gemeente Huizen voor de riviercruisetoerist. Dit interview heeft 16 hoofdvragen en dan nog een aantal vragen over het profiel van de riviercruisetoerist, ik weet niet of u daarmee bekend bent?

Annelied: nee dat niet.

Tharisha: oké dan zal ik dat niet doen voor u. dan als eerste vraag: zou u een korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt?

Annelied: Wat ik zelf doe daar?

Tharisha: ja ja

Annelied: ja ik ben dus kunstenaar en ik heb een smederij in het Nautisch Kwartier en ik maak kunst van ijzer door middel van de echt ouderwetse manier van smeden. En ik geef ook smeedworkshops.

Tharisha: oke duidelijk, wat is volgens u het huidige vrijtijdsaanbod voor de riviercruisetoeristen in Huizen?

Annelied: euhm dat is vooral dan horeca, ik kijk vooral dan even puur naar waar ik gestitueerd ben in het nautisch kwartier goed?

Tharisha: ja

Annelied: dat is dan horeca, bootje hure, botten huren, euhm ik denk fietsen ik weet niet of je fietsen in het Nautisch kwartier kunt huren maar misschien wel bij het hotel Fletcher. En euhm smeden dus eigenlijk dat is even heel concreet wat je zou kunnen doen. En in het dorp zelf zit dan het huizermuseum. Daar kan je dan een stadswandeling of een dorpse wandeling doen bijvoorbeeld.

Tharisha: oke duidelijk, en ziet u ook vaak dat de riviercruisetoeristen ook bij u komen?

Annelied: ik heb vorig jaar 1 keer euh een een rederij gehad die een demonstratie had geboekt. Dus toen kwamen ze wel met een aantal mensen van de cruise en die kwamen kijken naar wat ik aan smeedden was enzo. Dat is vorig jaar gebeurd.

Tharisha: maar 1 keer is het gebeurd?

Annelied: ja is maar 1 keer gebeurd. En dat was doordat vanuit de gemeente een mailing is gestuurd naar de rederijen met de optie dat dat mogelijk was.

Tharisha: oke, En wat vindt u dan van het aanbod? Vindt u dat het genoeg is? Of dat het meer zou moeten zijn?

Annelied: Ja, dat weet ik niet, want volgens mij is het wel dat hele Nautische kwartier. Dat ziet er fantastisch uit, dus het is er genoeg. Alleen het gaat misschien meer om. Hoe benader je dan de rederijen? Dat ze gewoon echt weten dat het ook daar daadwerkelijk is? Een paar wandelingen qua activiteit en fiets, lekkere terrasjes, lekker eten. Dat lijkt me dat het gewoon dat ze vallen met hun neus in de boter daar nu.

Tharisha: jaa precies, duidelijk. Vindt u dat er kansen zijn die niet benut worden met betrekking tot het verbeteren van het aanbod?

Annelied: Ja, ik denk dat ze er te veel horeca gelegenheden zeg waar ze veel met hun eigen ding bezig zijn. Dat denk ik. Maar misschien is dat een andere. In het algemeen altijd zo door. Kijk, als je ondernemer bent dan ben je natuurlijk altijd bezig om je eigen hoofd boven water te houden. In de eerste en en misschien als dat lekker loopt, dan ga je misschien kijken, je kan gewoon meer expansie creëren door met andere samen te werken. Zouden handig zijn als je misschien dat al vanaf het begin doet. Zo zitten de mensen vaak niet in elkaar, die gaan toch eerste angstvallig kijken. Hoe kan ik het zelf? Maar misschien is het beter om me in een eerder stadium al samen veel meer samen te werken ja.

Tharisha: En hoe zou u dan het aanbod verbeteren of uitbreiden?

Annelied: hoe ik dat zou doen?

Tharisha: ja ja

Annelied: Hoe zou ik dat doen zoals ik het nu doe? Dus je zoekt eigenlijk gewoon samenwerking met horeca. Kijk ik ik voor mij. Ik kan niet zoveel verbreden, want ik ben alleen. Dus ik doe wat, dus ik kan zelf niet zo. 80 uur in de week ga ik me ook niet inzetten. Maar je kunt ze. Ik denk gewoon dat dat. Ik denk dat er vanuit de gemeente. Die hebben dan de contacten met de rederijen dat daar gewoon dat die moeten kijken hoe ze beter duidelijkere de juiste contactpersoon zichtbaar kunnen hebben om de rederijen aan te sporen dat er gewoon ongelooflijk veel te doen is in huizen. Dus een soort toerist manager van de gemeente of weet ik veel? Kijk, het heeft. Het is ook zonde als ze allemaal individueel die mensen euhm benaderen, denk ik. Ik denk dat ze gewoon op de VVV in huizen zal wat meer kunnen gaan doen bijvoorbeeld. Weet je wel. Dat denk ik dan. Het lijkt mij eigenlijk verrekke simpel. Het is gewoon heel simpel. Je moet zorgen dat dat dat de gemeente of de gemeente waar dat de rederijen weten wat ze allemaal te doen is en Nautisch kwartier en wie dat dan moet doen. Dat moet één iemand zijn die denk ik gewoon heel veel invloed kan hebben daarop. Dat en niet alleen hele kleine individuele bedrijfjes

Tharisha: ja precies, duidelijk. Oke heeft u al samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in huizen of erbuiten?

Annelied: met de gemeente heb ik leuke samenwerking. Dus gemeente die probeert het zo dus iets te stimuleren door er ook rederijen bekend worden met het feit dat er bij mij gesmeed kan worden. Dat ik kan laten zien wat zijn oude ambacht is. Dat faciliteert de gemeente Een beetje dus dat is wel fijn. En datgene wat ik al doe is met zegmaar de horeca onder ondernemingen hebben voorbeeld een stadswandeling ontwikkeld waar ze starten bij het Huizum Museum. Mensen die voorbij is. Oh ja, dat is weer meer toeristen die in Fletcher logeren. Eerlijk gezegd, dit blijft een beetje moeilijk om in één keer. Mensen die van boord komen om die in één keer te pakken, want dat moet eigenlijk al bij hun boeking moet er duidelijk zijn gedaan. En als ze dat weten dan kan geboekt worden zodat wij als ondernemer niets hoeven te wachten. Komt er één persoon tien of nul zodat je je kruis loopt verschieten. Maar je moet daadwerkelijk weten wat er wat er gaat komen. Dat is dat. Dat is gewoon want anders kan je niet allerlei mensen gaan inzetten die betaald moeten worden en waar geen werken uiteindelijk uit voortkomt. Dat gaat op niet. Maar wat ik ook, laat ik het even anders zeggen. Met het huizer museum hebben we dus een stadswandeling ontwikkeld en dan gaan ze wandelen. Daar komen ze bij mij smeedden een bootje maken van ijzer. En dan. Daarna krijgen ze van Fletcher

een voucher voor de tweede kop koffie. Gratis. Zo proberen we toch dat mensen bij elkaar over de vloer gaan komen. En ja, veel wel wat ik met de smederij doe, maar dat doe ik eigenlijk al jaren. Dat is smeed en eet dus met mij een workshop boeken met een groepje. Die kunnen bij de haven van Huizen gaan eten. Of ze gaan bij de krachtcentrale eten. En dan zit daar altijd wel een kop koffie bij. Of het brood en smeersel wordt aangeboden, weet je wel. Op die is er wel kruisbestuiving, zeg maar. Tharisha: oke. En hoelang heeft u deze samenwerkingsovereenkomsten al?

Annelied: nou met de haven van Huizen doe ik al heel lang, want ik zit sinds 2009 zit ben ik daar actief dus met en ik deed veel met Cornélis, maar dat is inmiddels overgenomen door Porters House en Porters House. Daar had ik wel wat contact mee, maar omdat dat corona nu is, is het eventjes weer natuurlijk op de lange baan. Maar met Cornélis hele leuk had ik jarenlang een zelfs een flyer met Cornélis samen. Dat heet dan in het straatje van de smid, want Cornelis deed bijvoorbeeld altijd bepaalde gerechten. Dit noemde straatjes en kreeg je allemaal en hapjes. En dan hadden ze ook een straatje van de smid en allemaal hele leuke gerechten. Iets van drie of vier arrangement van een bord pasta met een eigen pasta haak smeden tot ze met een driegangenmenu met van alles erop en eraan.

Tharisha: ja dat is wel heel leuk ja. Maar heeft u dan ook zulk soort dingen met euh de andere restaurants, of is het daar veel simpeler?

Annelied: Omdat bij Cornélis het heeft ook te maken met wie je ook vandoen hebt, want daar zat een hele leuke meid toendertijd. Dit puur en alleen de hele PR deed voordat ze restaurants en zij was gewoon helemaal bereid om van. Te ondernemen en dat deed ze. Ze zocht met iedereen contact, maar helaas is zij weg. En dan zie je dat dingen gewoon helemaal instorten. Want alle nevenactiviteiten. Dat is dan niet de kernbusiness is. En het nautisch kwartier volgens mij. Als ik het zo bekijkt na zoveel jaar is nog steeds niet echt heel goed gevuld. Qua bezoekers dus ik denk dat ze veel horeca ondernemers daar echt hard moeten werken om hun hoofd een beetje boven water te houden.

Tharisha: Hoe verlopen de samenwerkingsovereenkomst die u nu zeg maar heeft? Bent u tevreden over?

Annelied: Ik vind ze altijd ontzettend leuk en altijd veel gezellig en goed. En je kunt mekaar echt wat hoor.

Tharisha: En hoe zijn die samenwerkingsovereenkomsten tot stand gekomen? De reden dat u dacht ik wil met die samenwerken?

Annelied: Nou, omdat het gewoon eigenlijk helemaal voor de hand ligt dat dat gewoon logisch is. Ik bedoel, ik zit daar op zo'n mooie plek en in mijn bedrijf weet je, als jij met je vrienden of familie een leuke workshop ergens gaat doen, is het ook leuk om daarna een lekker drankje te gaan drinken. Het zou eigenlijk, dus dat. Is het een logisch gevolg dat ik natuurlijk met die restaurants want zelfs met smeedden af en toe tijdens de smeedden laat ik wel eens een bitter garnituur langskomen door het Fletcher hotel. Die stuurt bijvoorbeeld een groep mensen die aan het vergaderen zijn. Komen ze daarna vergadering bij mij smeedden, Een uurtje of twee. En dan komt Fletcher tussendoor met een drankje en een hapje gezellig langs. Weet je, dus dat is echt superleuk.

Tharisha: ja oke leuk! Euhm even kijken hoor. Met welke ondernemers zou u nog willen samenwerken?

Annelied: De krachtcentrale is gewoon hartstikke gaaf. Daar heb ik nu wel gesprekken mee, maar vanwege de corona is dat natuurlijk, maar dat zal wel doorzetten, maar dat vind ik een hele leuke plek. Het is ook mooi. Industrieel heeft alles met ijzer te maken, dus dat is toch logisch. En ik vind het erg. Ik vind het heel leuk als er gewone restaurants die allemaal naast mij zitten, de haven van huizen en de andere restaurants met wie en wat voor wat ik nu doe met het museum is gewoon ontzettend leuk. Want ja, dat is ook weer. Ze hebben duidelijk mooie exposities en het heeft ook met smeedijzer kunst te maken. Het klopt allemaal wel helemaal in dat kader. Ja. Misschien de glasblazer. Er zitten leuke heb ik laats Tijdje terug contact meegehad. Die gaf workshops glasblazen ook wel. Ik weet niet wat voor combinatie, maar omdat het natuurlijk ook een oude ambacht is of vis roken. Dat kan deels op die werf natuurlijk ook. Te gek. Dus dat zou ook leuk zijn als je samen workshops kunt geven

waarbij één deel gaat vis roken en het andere gaat smeden. En die gaat weer een stukje varen. Zo kan je wel hele grote groepen ook dat. Dat zou misschien leuk zijn voor de voor de cruiseschepen. Als we dus aankomen zo'n combinatie workshop geboekt hebben. Alleen mijn vraag aan jou. Maar weten. Misschien is misschien meer, hoe oud zijn al die mensen op die cruises?

Tharisha: ik denk die doelgroep wat ik ook gelezen uit een rapport was dat de meeste mensen boven de 65 waren, een klein deel tussen de 45 en 65 jaar.

Annelied: Kijk, want vanaf 65 en ouder ga je ook niet met een hamer staan slaan. Dan moet het gewoon meer zijn. Gewoon kijken is wel een ding. Is er ook iets wat je daar ook rekening mee moet houden.

Tharisha: en met welke ondernemers die u kent of waar u van gehoord heeft zou u juist niet willen samenwerken en waarom?

Annelied: Ik heb niet zoveel met dingen als het gaat om met motoren rijden of Ferrari rijders. Maar ik weet niet of die er nog is, maar dat zou ik niet snel een combinatie inleggen.

Tharisha: verder niks?

Annelied: Ik vind het altijd. Het maakt eigenlijk niks voor uit als je mekaar gewoon kent. De balken toespelen is er toch veel interessanter dan dat je dat een halt toeroept. Maar nee, ik heb geen enkele. Nee, ik kijk, ben ik. Ik geloof ook niet dat het mij voorkomt. Ik denk dat dingen waar ik mee samenwerk altijd een logisch gevolg is van wat je zelf uitstraalt in initieert. Ik zou je ook kunnen zeggen wat ik niet leuk zou vinden. Dat zou ik eigenlijk niet weten, want ik weet ook niet op wat er niet is dan wat ik niet leuk zou vinden.

Tharisha: lacht, haha oke duidelijk. Wat zou u goede combinaties vinden met ondernemers? bijvoorbeeld u bent een smederij en vind horeca dan een goede combinatie?

Annelied: Ja, mensen op een bootje varen, maar dat doe ik ook al. Trouwens, de stad, dat is mooi. Vis roken! Touwslagerij weet je, je hebt gewoon één keer per jaar. Die Huizer dagen, daar staat een touwslagerij. Of mandenvlechter van wilgentenen. Of ja, dat soort beetje, de ambachtsfeer, misschien die kant op. Of niet paintballen maar verven ja, dat zou ook kunnen
Tharisha; schilderen?

Annelied: ja, schilderen inderdaad.

Tharisha: Met hoeveel ondernemers zou je maximaal willen samenwerken voor een arrangement of productontwikkeling?

Annelied: Ik denk dat je uiteindelijke MAX uitkomt op Drie. Als je als bezoeker twee activiteiten hebt dat je dat dan in de horeca afsluit, dan denk ik drie, want anders zou het kosten technisch misschien helemaal niet meer uitkomen.

Tharisha: Denkt u dan alleen qua kosten dat u dat vindt? Of ook om een andere reden?

Annelied: Ik denk ook dat alles zal gaan de mensen worden te versnipperd. Ik denk dat het op spanningsboog van een paar uur en dan als je dan alles in één dag zes dingen te zien krijgen. Ik geloof niet dat dat gaat werken, ook een beetje om de kwaliteit.

Tharisha: maar met welke ondernemers ziet u kans om een mooi arrangement of producten ontwikkelen? En waarom?

Annelied: Nou precies wat ik eigenlijk al zei met restaurants is dat omdat dat gewoon een leuke combinatie is. Nou, net de haven van huizen of en met het Huizer Museum, want dat het gaat over ambachten en kunst dus waar ik kan nu mee samenwerk. Dat wil ik wel zo houden ook.

Tharisha: euhm Wat vindt u zelf een goed concept met betrekking tot een arrangement voor de riviercruisetoeeristen? Wat vindt u een goed concept? Wat behalve dan wat u nu heeft? Maar iets anders?

Annelied: : Ja, dat is eigenlijk toch wat ik al heb. Ik zou niet zo gauw weten wat ik kan nog meer, want ze komen aan en gaan van boord. Laat ze dan maar een rondje door het Nautisch Kwartier lopen dat ze misschien een leuke stadswandeling hebben door het Nautisch Kwartier zodat ze over de visserij wordt uitgelegd en waar ze zich bevinden en dat ze dan een demonstratie kunnen zien van het smeedden. Weet je wel dat? Dat vind ik wel een logisch iets.

Tharisha: En als u dan vooral niet kijkt naar uw onderneming, maar gewoon alles, een wijnproeverij of zo.

Annelied: Zo ja, dat is ook hartstikke gaaf. Dat had ik nog niet bedacht. Maar dat zit er is helemaal te gek. O ja, kaasmaker, wijnproeven, vis roken en ja. Toch wel wat er een beetje bij zo'n haven hoort dan. Dan hoort bij die ouwe botters ook gewoon de grote kans om om daar van alles te gaan bekijken en te organiseren op dat gebied.

Tharisha: wat zou er allemaal georganiseerd kunnen worden daar?

Annelied: Wat ik net zegt dus. Nou, wat kan je daar morgen een wijnproeverij organiseren. Vis roken. Het zijn nu allemaal af en toe gedaan wordt af en toe, maar dan misschien wel frequenter.

Tharisha: waar ziet u concrete mogelijkheden tot het creëren van een arrangement voor de riviercruises toeristen. En waarom ziet u dat concreet?

Annelied: waar? Wat bedoel je?

Tharisha: ja dit is eigenlijk wat ik net ook al gevraagd had misschien, ja waar je concrete mogelijkheden ziet.

Annelied; jaa dat hebben we net besproken eigenlijk.

Tharisha: ja precies dan heb ik nog een laatste vraag Heeft u behoefte aan ondersteuning van een gemeentehuis op het gebied van arrangement ontwikkeling van vrijetijdsaanbod met betrekking tot riviercruisetoeristen? En hoe ziet u dit voor zich?

Annelied: ja dat doet de gemeente bij mij nu al En dat is wel heel fijn omdat ze. Zij hebben wel wat meer armslag en zijn een gewone zij. Zij zijn gewoon. Zij zouden gewoon een faciliterende factor moeten zijn voor de ondernemers , zodat ze veel meer kunnen gaan uitbouwen. En bij mij doen ze dat ze al door. En ze hebben een mooie flyer laten ontwikkelen bijvoorbeeld. En ja, als voorbeeld. Ook zorgen dat de vvv meer rederijen kan gaan benaderen. Ik denk dat de rederijen echt benaderd moet worden actief. En dan kunnen we met alle horeca ondernemers misschien wel kant en klare arrangementen gaan organiseren.

Tharisha: Vindt u dat de gemeente dit ook zo bij andere moet doen, dus met een flyer?

Annelied: Ik denk dat het heel goed is als de gemeente echt ondersteuning biedt en dan voorziet dat de gemeente niets aan bijvoorbeeld het echt alleen maar als initiatief bij de ondernemer wil laten. Want ik denk dat het dan eigenlijk niet altijd even veel gebeurt. Ik denk dat de gemeente zelf Moet ik denken dat de gemeente zelf echt moet bepalen wat zij willen met de riviercruises en dat ze daar gebaseerd op daarop een heel plan gaan maken en dat ze daar de ondernemers bij gaan betrekken? Ik denk dat het sowieso iets zal moeten zijn. Ik denk en ik denk dat als je als gemeente wil dat alle ondernemers neuzen in de richting en je. Dan moet je eerst een platform bieden. Dan denk ik denk en dat moet je dan als gemeente zelf een voortrekkersrol in spelen. En dan pas gaan die ondernemers misschien wel daar voor lopen, maar dan moet je ze eerst wat geven.

Tharisha: oke duidelijk, dat waren eigenlijk alle vragen. U zei dat u geen kennis had van de riviercruisetoeirst als profiel he?

Annelied: Nee, want ik begrijp niet eens wat het is als profiel eigenlijk.

Tharisha: bijvoorbeeld leeftijd, interesse etc.

Annelied: En dat zijn vaak gepensioneerden die misschien gewoon lekker leven van hun pensioen of dat nog een aanvullend pensioen hebben, dus dat ze wel wat uit te geven hebben. Maar goed, als je als je praat over de zonnebloem dan is dat natuurlijk gewoon weer een verzorging van mensen die een tripje per jaar krijgen zoals een hele andere doelgroep. Maar over het algemeen denk ik dat ze aardig wat te besteden hebben.

Tharisha: weet u ook waar hun interesses liggen?

Annelied: Ik geloof cultuur vinden ze altijd wel erg leuk en misschien mooie boeken. Ik weet niet of ze heel veel kunst kopen. Dat denk ik eigenlijk niet. Ik geloof dat dat. Ja, dus ze vinden het leuk om dingen te bekijken. Ze houden van fietsen, van lekker eten.

Tharisha: En denkt u dat ze passieve of activee houding hebben in een activiteit?

Annelied: ik denk een passieve, ze vinden het leuk om te zien maar ze gaan niet deelnemen aan we moeten boven in de mast hangen. Of tenminste met een zware hamer iets gaan creëren. Misschien een paar.

Tharisha: Wat denkt u dat het belangrijkste element zou zijn?

Annelied: hoeveel Zitten er op zo'n boot gemiddeld?

Tharisha: ongeveer 100-150

Annelied: Oké, het ligt er ook aan hoelaat ze aankomen. Top donderdagavond komt er ook een aan en die hebben s avonds muziek aan boord blijven. Zo zal allemaal wel zitten. En dat is een passieve houding, want dan kunnen ze lekker luisteren in een droogje. En ja, misschien als er dan eens een keer een soort speurtocht op de fiets wordt georganiseerd. Misschien willen er een paar meedoen. Of stel je voor. Ik denk dat het toch mensen zijn die ze moeten geentertaint worden. Ze gaan niet zelf denk ik op zoek naar allerlei para zeilen als zoals geloof ik niks. Nee. Misschien een mooie lezing. Stel je voor dat zo'n dat er in botterwerf s avonds een ontvangst voorzien zou kunnen zijn. En er is een hele mooie lezing over hoe huizen vroeger was.

Tharisha; oke duidelijk dan waren dit alle vragen.

Annelied: heb je er wat aan?

Tharisha: ja zeker zeker

Annelied: mooi, en wie ga je nog meer interviewen?

Tharisha: rutger siersma, bart van reijn en iemand van de kaaswinkel. Even kijken ik heb een lijstje, ohja ook fletcher hotel en porterhouse.

Annelied: ohja heel leuk!

Tharisha: nogmaals heel erg bedankt voor uw tijd!

annelied: graag gedaan dag!

Tharisha: doeg!

INTERVIEW RUTGER SIERSMA – WIJNADVIES

Tharisha: de eerste vraag is

Rutger: oh het zou kunnen dat er een klant in de winkel is die moet ik dan tussendoor even helpen is dat goed?

Tharisha: is goed de eerste vraag in zo'n korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat die aanbiedt.

Rutger: ik heb een wijnwinkel. Euh wat gecombineerd is met een online platform dat heet wijnadvies.nl euh dus ik euh combineer online en offline met elkaar. Ik heb een wijnwinkel.

Tharisha: wat is volgens u het huidige vrijetijdsaanbod in huizen voor de riviercruistoerist?

Rutger: bedoel je hoe het vrijetijdsaanbod nu is? Voor de toerist?

Tharisha: ja

Rutger: ik denk het nautisch kwartier, tenminste hoe het normaal is wanneer de horeca weer open is. Dan is er genoeg uitgaansgelegenheid. Ik denk dat dat zeker genoeg is. Daarnaast misschien wel een beetje authentieke toeristische dingetjes, wat je bijvoorbeeld in Volendam wel heel erg heb. Is met klederdracht, huizen ook meer mee gedaan kunnen worden en met kaas. Dus tot dusverre is er voor mij alleen maar horeca en een zaterdagmarkt.

Tharisha: Duidelijk. Wat vindt u van dit huidige vrijetijdsaanbod?

Rutger: het moet beter.

Tharisha: Dus u vindt dat er meer kansen liggen in huizen die eigenlijk niet echt benut worden?

Rutger: Ja, absoluut. Het authentieke karakter van huizen moet meer zichtbaar zijn wat ik zeg, kaas, vis en in klederdracht. Daar zou veel meer mee gedaan kunnen worden.

Tharisha: Heeft u zelf als samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in huizen of erbuiten misschien?

Rutger: Niet zozeer voor toerisme in huizen, ik heb wel overeenkomsten met heel veel andere bedrijven, maar dat is meer ook gericht op het verkopen van wijn.

Tharisha: zou u wel geïnteresseerd zijn in dat?

Rutger: ja zeker ik zou wel wijnproeverijen willen geven. Dat ze wijn zouden kunnen proeven. Ik maak zelf wijn in zuid-afrika, dat is een beetje huiswijn. Dus dat zou ik kunnen aanbieden.

Tharisha: En met welke ondernemers zou je nog willen samenwerken?

Rutger: euh zou ik wel.. oh er komt een klant binnen, je moet even blijven hangen.

Tharisha: is goed

Tharisha: ff kijken euh waar we waren. Ohja over met welke ondernemers u zou willen samenwerken. Dat wilde u. Wat voor ondernemingen zou je dan weer willen samenwerken? Als u kijkt naar huizen?

Rutger: een goeie vraag euhm.. mag het ook een stichting zijn dan zou ik wel met de huizer botters willen samenwerken.

Tharisha: En wat zou u dan bijvoorbeeld doen daar?

Rutger: wat een leuk idee is euh. Bijvoorbeeld zeilen met zo'n botter en dan na afloop een wijnproeverij daar bij de botterwerf.

Tharisha: Zou je bijvoorbeeld ook willen samenwerken met een kaaswinkel? Dat je bijvoorbeeld eerst wijn gaat proeven en dan kaas gaat maken ofso?

Rutger: ja dat zou wel leuk zijn zeker.

Tharisha: En met welke ondernemers zou echt totaal niet mee willen samenwerken of wat voor sector?

Rutger: ik zou het niet nauw willen samenwerken met de grote ketens. Dus niet met de lidl of de action, maar echt met kleinere lokale ondernemers zoals bijvoorbeeld het winkelhart van Huizen.

Tharisha: maar zou u bijvoorbeeld wel met fletcher hotel willen samenwerken? Dat is ook een grote naam?

Rutger: ja dat wel maar die zit meer in de horeca he.

Tharisha: En wat vindt u zelf? Goede combinaties qua ondernemers als u naar een arrangement kijkt, dan niet per se naar uw eigen winkel, maar gewoon in het algemeen.

Rutger: euh ik moet je even in de wacht zetten een moment.

Rutger: zeg het maar

Tharisha: Ja, we hadden het over wat een goede combinatie zou vinden qua ondernemers voor de riviercruise toerist en hoeft u niet per se naar u zelf te kijken, maar gewoon in het algemeen in huizen.

Rutger: Ik denk inderdaad een arrangement aanbieden dat een combinatie is van een wijnhandel of een kaasmakerij, of wellicht zelfs bierbrouwen. T zou heel leuk zijn en zijn

Tharisha: zijn er wel eens riviercruisetoeristen bij u gekomen voor een wijnproeverij of iets?

Rutger: Nee, nog nooit nooit.

Tharisha: Maar u zou er wel geïnteresseerd in zijn als dat zou kunnen?

Rutger: Ja zeker.

Tharisha: En met hoeveel ondernemers zou u maximaal willen samenwerken voor één arrangement?

Rutger: euh ik denk maximaal 5

Tharisha: 5 maximaal?

Rutger: ja ik denk dat dat het handigste is

Tharisha: euhm oke ik vind dat best wel veel eigenlijk haha

Rutger: je kan er een soort evenementje van maken he, bij fletcher heb je de kalkovens he en dan een bierproeverij, wijnproeverij en kaas en vis en dan nog iets met kleding bij en euh dan kan je een soort evenement organiseren.

Tharisha: oke even kijken. En met welke ondernemers ziet u kansen om een mooi arrangement of product te ontwikkelen? En waarom?

Rutger: mensen die er met dezelfde pet in staan als ik. Ik weet niet of je al ondernemers kent kees kromhout bijvoorbeeld.

Tharisha: ja die ken ik en heb ik gemaïld maar nooit een antwoord van gehad.

Rutger: Dat is wel weer jammer dan haha. En michel van de slager. Die is heel goed in speciale spaanse ham afsnijden. Ik weet niet of die vraag nog komt maar ik denk dat de rol van de gemeente daar ook heel belangrijk in is. Je kan ook redelijk kort de initiatieven nemen daarin en ik vind dat ze daar wel in tekortschieten.

Tharisha: Hoe vindt u dan dat ze dat nu zouden moeten doen?

Rutger: nou die kunnen best wel wat meer platform aanbieden en ook euh communicatie en ook qua vergunningen geven voor dat soort evenementen. Iets meer proactief vanuit gemeente naar de plaatselijke middenstand. Dat zou een fijne bijkomstigheid zijn.

Tharisha: En wat vindt u zelf? Een goed concept met betrekking tot een arrangement voor de riviercruisetoeristen in het algemeen? Wat vindt u bij de riviercruisetoeristen passen? Als arrangement?

Rutger: wijn drinken

Tharisha: ja wijn drinken.

Rutger: ja wijn drinken en dan een lekkere kaas of worst erbij.

Tharisha: en zou het ook bij u op locatie kunnen?

Rutger: nee bij mij mag het niet, daar zou de gemeente ook flexibeler in zijn. Je mag het niet een wijnproeverij organiseren buiten een plek waar een horeca vergunning op zit.

Tharisha: uhm dat waren de hoofdvragen. Heeft u toevallig kennis van de riviercruises toerist?

Rutger: nee helemaal niks

Tharisha: nou dan was dit het einde van het interview. Heel erg bedankt voor uw tijd.

Rutger: graag gedaan, kan ik dit nog ergens teruglezen.

Tharisha: in juni moet ik het inleveren dus over 2 maanden, dan kan ik het ook naar u toe sturen.

Rutger: dat zou wel interessant zijn om te lezen als zelfverrijking.

Tharisha: oke dan zal ik het sturen. Fijne dag nog.

INTERVIEW BART REIJN – BOOTVERHUUR

Tharisha: Voor huizen doe ik een onderzoek mag ik het trouwens opnemen?

Bart: jaa tuurlijk

Tharisha: naar het uitbreiden en verbeteren van het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist en ik heb 16 vragen, dus ik hoop dat het lukt. De eerste vraag is of je een korte beschrijving kunt geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt.

Bart: wij zijn een watersport gerelateerd bedrijf met een jachthaven. Wij doen de verkoop van allerlei watersporterartikelen in de winkel. Daarbij hebben wij een bootverhuur bedrijf voor toerisme en we doen volledig onderhoud, dus he het complete plaatje

Tharisha: oke duidelijk, euh en wat is volgens u het huidige vrijetijdsaanbod in huizen voor de riviercruises toerist?

Bart: Naja, ik denk dat hij heel leuk is dat op het moment dat de mensen hier aankomen, dat ze even iets kunnen doen op bepaalde tijd ze hebben maar een bepaalde tijd om hier te zijn he, omdat ze op een soort van doorreis zitten en dat ze daar dan iets kunnen doen. Zowel in het Nautisch Kwartier als misschien een bootje huren voor een paar uurtjes of in ieder geval even eruit zijn. Of misschien wel een link leggen naar het oude Dorp naar het centrum dat ze daar even wat kunnen doen. Bijvoorbeeld het huizer museum zo komen ze wat van Huizen te weten. Dat soort dingetjes zijn allemaal mogelijk.

Tharisha: En wat vindt u van het huidige vrijetijdsaanbod? Vindt u dat het genoeg is of misschien uitgebreid moet worden?

Bart: nou ik denk dat de vraag en aanbod op dit moment wel al goed is. Er zou misschien nog wat meer in het varen kunnen als we dan naar onszelf kijken. Euh maar zeker zowel als in de horeca is er genoeg aanbod euhm ja misschien toch iets voor de riviercruisetoerist een souvenirwinkeltje dat is misschien ook altijd nog wel leuk. Maar aanbod is er zeker.

Tharisha: oke, en net zei u ja bij het varen kan er meer bij, wat zou er dan meer bij kunnen?

Bart: misschien toch uiteindelijk meer bootjes, we zijn altijd nog in ontwikkeling voor het elektrisch varen en dat wordt nu zachtjes steeds meer dus dat kan een ontwikkeling zijn. euhm ja in dat opzicht bedoel ik dat.

Tharisha: Vindt u dat er kansen liggen in huizen die niet benut worden met betrekking tot het verbeteren van het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist?

Bart: euhm ja dat vind ik moeilijk om te zeggen, elke ondernemer doet natuurlijk zn best, maar euhm misschien dat er toch meer in reuring kan, laat ik het zo zeggen, zoals in het Nautisch Kwartier ja gezelligheid komt. Dat mist een beetje daar. Hoe we dat klunnen oplossen kan ik ook niet zo een twee drie oplossen. Maar er mag meer sfeer komen. Staat ook nog altijd wel wat leeg, daar kunnen we ook niks aan doen dat heeft met de tijd te maken. Souvenirwinkeltjes in het Nautisch kwartier, of toch dat er meer doorloop komt dat is wel belangrijk.

Tharisha: Duidelijk, heeft u zelf al samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in huizen of erbuiten. Misschien?

Bart: qua varen bedoel je?

Tharisha: bijvoorbeeld dat je een arrangement hebt met een horecagelegeneheid

Bart: ja ja wij werken met alle bedrijven heel goed samen, dus met de haven van Huizen, Coronel, Fletcher Hotel, Dickens. Eigenlijk wel alle bedrijven om ons heen weten ons wel te vinden. Porterhouse.

Tharisha: en euhm worden die arrangementen veel geboekt of bezocht door riviercruisetoeristen? Of is dat nog niet gebeurd?

Bart: nee dat is nog niet gebeurd. Maar ik denk dat dat ook moeilijk is. Omdat de mensen die hier aankomen natuurlijk maar een hele beperkte tijd hebben om hier wat te doen. Daar moet nog altijd volop ingespeeld worden.

Tharisha: oke

Bart: dus ik denk dat het belangrijk wordt dat we weten wanneer een boot komt binnen een bepaalde tijd dat we daar dan op gaan inspelen en dat we daar dan wat mee doen. Dat ze al in de

boot weten met een flyer of iets dat ze iets kunnen boeken euhm en dat ze bijvoorbeeld iets doen met een grote sloep of met een ribvaart met een restaurant of dat ze op de boot een kopje koffie doen maar dat moet natuurlijk wel in een bepaalde tijdschema en daar staan wij natuurlijk wel open maar dat staat wel heel nauw tenminste dat heb ik begrepen dat ze wel altijd maar een bepaalde tijd hebben en dan weer door moeten. Dus daar moet op ingespeeld worden.

Tharisha: Hoelang heeft u de samenwerkingsovereenkomst al met al die bedrijven?

Bart: nou het zijn bij ons natuurlijk niet echt overeenkomsten euh het is meer mekaar wat mond op mond gunnen. Dus als er bijvoorbeeld een bedrijf van buitenaf komt dan proberen wij daar natuurlijk wat leuks mee te doen euh maar dat ligt dus aan de klant wat ze graag willen eten welk restaurant we kiezen euh daarbij een Fletcher hotel die gasten van buitenaf krijgt vraagt ons dan om te varen en dan doen zij zelf de catering op de boot. En dat geldt natuurlijk ook voor de andere bedrijven. Maar dat zijn niet echt overeenkomsten dat is gewoon op het moment een aanvraag krijgen worden wij gebeld of andersom en dan plannen we dat.

Tharisha: oke duidelijk. En u bent er wel tevreden over?

Bart: naja als een ondernemer die vraag krijgt zal die altijd zeggen dat kan gewoon beter haha. Maar we hebben daarbij gewoon te maken met heel veel factoren. En dat heeft te maken met het wier probleem wanneer we naar de losse bootjes kijken, de mensen schrikken daarvan wanneer ze grasmatjes in het water zien liggen in het water. Ja die denken dan van ja daar durf ik niet te varen en die komen vaak niet meer terug. Er zijn ook mensen die dat niet erg vinden, maar we zitten ook beperkt dat we in de vaargeul moeten blijven. Daar varen ook weer heel veel boten dus dat is dan ook weer een angst want mensen die bij ons een bootje huren varen niet heel veel dus dat is toch spannend. En daarbij het weer. Op het moment dat het euh ja hard waait of euh regent ja dan gaat het varen niet door en dan proberen we het altijd wel te verzetten maar dat lukt ook niet altijd. En dan met de grote sloep hebben we er een kap overheen dus dan kunnen we altijd varen dus dat hebben we wel. Met de rib wordt je nat maar het moet niet keihard regenen euhm ja en beter beter. Een bedrijf kiest ervoor om iets met watersport te gaan doen of iets anders en wij proberen natuurlijk wel met adveteren daar op in te spelen maar ja dat zijn de dingen waar we nog aan willen werken.

Tharisha; oke duidelijk, en met welke ondernemers zou u nog willen samenwerken in de toekomst?

Bart: nou wij staan altijd open voor samenwerkingen met elke ondernemer maar euhm maar ik heb niet dat ik heb van oh met die moet ik nog een samenwerking aangaan want eigenlijk kent iedereen elkaar in Huizen die wat met elkaar kan doen dus nee is eigenlijk niet een specifiek persoon.

Tharisha: en heeft u wel een type of sector waar u de voorkeur aan geeft?

Bart: naja bij ons is het bijna alleen maar dan in de vrije tijd is het catering, dus picknickmanden met avondeten of lunch en dan met varen of lunch en als plan b dan als het weer slecht is gaan ze dan karten of iets bij Coronel. Dat is altijd een beetje het een of het ander.

Tharisha: oke duidelijk, maar u heeft dan ook niet ondernemers waar u echt totaal niet mee zou willen samenwerken?

Bart: nee hoor nee, nee dat zeker niet nee

Tharisha: En met hoeveel onderneem zou je maximaal willen samenwerken voor een arrangement of productontwikkeling?

Bart: naja kijk op het moment dat je een arrangement euh aanbiedt dan wil je natuurlijk niet teveel partijen hebben omdat dat een stoorzender is in tijd en planning of iets anders, dus je wilt altijd wel proberen om zo kort mogelijk te schakelen dus je probeert altijd wel mensen te vinden waar je dat mee kan doen. Euhm dus je gaat ook niet dat proberen we ook in Huizen te doen maar je wilt niet met te veel mensen werken. Dus als we het over aantallen hebben maximaal 3 partijen. Je hebt dan het bedrijf die het arrangement wilt doen aan particulieren. Of bedrijven en dan wijzelf natuurlijk en dan catering. Dus eigenlijk drie partijen.

Tharisha: oke ja. En met welke ondernemers die u kent. Ziet u kansen om een mooi arrangement of product te ontwikkelen?

Bart: wat en wat voor een arrangement bedoel je dan?

Tharisha; bijvoorbeeld dat je eerst gaat varen en dan gaat ergens gaat lunchen of dineren zo iets.

Bart: Kijk, het punt is natuurlijk dat er in het Nautisch Kwartier zelf ook zitten dan wel aan de overkant maar wel heel dichtbij. Dus je wilt altijd wel kort overschakelen dus dat betekent dat we met restaurants doen die aan de oude haven grenzen euhm en niet een restaurant in almere of naarden en nogmaals het kan wel maar dat kost teveel tijd dus probeer je het in de buurt te doen. En als je dan specifiek vraagt dan zijn dat dus een arrangement met alle restaurant in het Nautisch kwartier dus in de haven van Huizen.

Tharisha: oke, En wat vindt u zelf een goed concept met betrekking tot het arrangement? Hoeft niet per se met uw eigen bedrijf te zijn maar gewoon wat u zelf goed zou vinden.

Bart: als arrangement? Naja kijk op het moment want het is natuurlijk moeilijk want ze zitten natuurlijk al de hele tijd op een boot dus of ze willen varen wordt wel een vraag. Of ze daar voor open staan en natuurlijk is het wel lekker zeker als het mooi weer is maarja ze kunnen ook zeggen ja we zitten al de hele tijd op een boot we willen juist echt ff iets anders doen. Dan is een arrangement wel leuk met een bepaalde manier dat ze even naar het centrum kunnen en naar het huizer museum kunnen want mensen vinden dat natuurlijk leuk omdat ze hier niet vandaan komen en die komen in een dorp en die willen dan de geschiedenis weten ervan dat vinden ze altijd wel leuk en staan ze voor open en euhm dus dat is zeker heel leuk. Voor shoppen is nooit echt tijd want de boot moet door dus dan zijn de mensen bang dus daar moet wel echt naargekeken worden of dat kan. Verder een kopje koffie doen op het terras en bij ons kunnen ze natuurlijk varen maar een fiets huren maarja je hebt een bepaalde tijd dus als er dan een ketting af is of een lekke band dan hebben ze al een probleem dus het is best wel kritisch allemaal.

Tharisha: ja. Weet u toevallig ook hoelang ze ongeveer in Huizen zijn?

Bart: ja dat weet ik ook niet, ik geloof dat het iets van twee uurtjes is maar ik denk dat dat wel gewoon na te vragen is en per cruise verschilt. Kijk liggen ze hier een avond en een dag dan is het heel anders. Ik denk dat Leo dat wel weet.

Tharisha: Nu heb ik nog een vraag heeft u behoefte aan ondersteuning van het gemeentehuis op het gebied van arrangement ontwikkeling van het vrije tijdsaanbod?

Bart: naja ja ik sta altijd voor open voor nieuwe ontwikkeling en nieuwe dingen dat weet Leo ook ik vind het onwijs leuk dat er nu iets wordt gedaan op het gebied van de riviercruisetoeristen. Ik sta altijd open voor samenwerkingen en het mensen leuk maken dus die behoefte is er zeker ja hoor.

Tharisha: zou u dan ook ondersteuning willen van de gemeente?

Bart: naja een ondersteuning in die zin denk ik gewoon persoonlijk een brainstorm sessie hebben een paar keer ofzo kwa ondersteuning denk ik het belangrijkste en wat daaruit voortvloeit en dan kijken wat mogelijk is en wat de gemeente wil en wat wij willen. Maar dat is nu te kort om te zeggen.

Tharisha: duidelijk. Ik heb nu alleen nog een paar vragen, alleen als u kennis heeft van het profiel van riviercruisestoeirsten. Heeft u dat?

Bart: nee sorry

Tharsiah: oke dan was dat het heel erg bedankt.

Bart: graag gedaan. Ik hoop dat ik je geholpen heb.

Tharisha: zeker fijne dag!

INTERVIEW RON BOT – DICKENS

Tharisha: Dit interview is 16 vragen en dan op het einde heb ik nog eventuele extra vragen. Euh. De eerste vraag is zou een korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt.

Ron: op dit moment heet het dickens dat gaat veranderen trouwens maar het is een hollands eethuis dat eten en drinken aanbiedt van lokale leveranciers voor een eerlijke en duurzame manier zoveel mogelijk biologisch gebruikmakend van de plaatselijke ondernemers met veel hollandse gerechten.

Tharisha: En wat is volgens u het huidige vrijetijdsaanbod in huizen voor de rivier cruisetoeerist?

Ron: nou ik denk eigenlijk niks. Er is hier alleen maar het Nautisch Kwartier, euhm want de mensen die daar aan boord gaan en dan rechtstreeks van boord gaan met een bus en ik heb er nog nooit eentje gezien gaan wandelen hier.

Tharisha: En wat vindt u daarvan? Vindt u dat vrijetijds aanbod dan beter moet?

Ron: nou laat ik het zo zeggen, het hele concept van rivercruises is een all inclusive concept en dat werkt tegen het feit dat mensen vanuit de boten gaan recreëren of drankjes gaan doen ergens anders terwijl ze het op de boot gewoon gratis kunnen krijgen. Dat maakt het lastig natuurlijk, als je een goedkoop drankje kunt krijgen aan boord wat je niet hoeft te betalen of je gaat 200 meter verderop zitten wat je wel moet betalen.

Tharisha: Denkt u dat als er bijvoorbeeld arrangementen worden gemaakt bijvoorbeeld niet alleen iets eten, maar in combinatie met een activiteit dat ze dat wel zouden doen?

Ron: dat zou wel wat zijn als je een excursie doet in combinatie met een drankje en wat te eten en dan in de excursie prijs doen, maar in het nautisch Kwartier zelf niet echt er zijn. of je moet een boottochtje gaan doen maar ja ze komen net van de boot af dus dat is ook niet echt, er is een ski baan maar ik denk niet dat iemand van een rivercruise gaat skiën en je hebt een tennisbaan en een kartbaan heb je. Je moet ook kijken naar de gemiddeld leeftijd en dat is niet zeg maar de doelgroep tussen de 20 en 50 jaar zeg maar.

Tharisha: ja ze zijn wel wat ouder

Ron: ja dat maakt het lastig. Dus ga je naar musea kijken of met de botterwerf zou je iets kunnen doen. Met de smid kun je doen daar. Maar dan houdt het in het nautisch kwartier wel op daar met de leeftijdsklasse van de rivercruises.

Tharisha: oke duidelijk. Vindt u dat er kansen liggen in Huizen die niet benut worden voor de riviercruisetoeeristen?

Ron: nou daar kan ik weinig over zeggen in de zin van nogmaals alles inclusive aanbiedt en vervolgens bussen neerzet met arrangementen om naar Amsterdam te rijden want dat is het eigenlijk he een overstap naar Amsterdam dan ga je met de bus richting amsterdam. Ja wat huizen dan kan doen, iets met het centrum het museum of je kan nog een excursie met kaas kunnen doen hoe je dat maakt en de botterwerf maar ik denk dat je het dan ook wel gehad hebt in Huizen, voor die leeftijdsklasse dan he want ik heb het over 60 plus dan.

Tharisha: Heeft u al samenwerkingsovereenkomsten met bedrijven in huizen? Of erbuiten mag ook.

Ron: euhm ja in principe met coronel arrangementen gedaan en euh bedrijven in combinatie met skien en andere dingen die we dan tailormade maken zeg maar niet vaste arrangementen het wordt echt toegepast op het bedrijf zelf.

Tharisha: en zijn er weleens riviercruisetoeeristen geweest in uw restaurant?

Ron: nee

Tharisha: nooit?

Ron: nee

Tharisha: oke, Uhm, en hoe verlopen de samenwerkingsovereenkomsten die u gehad heeft? Was u daar tevreden over?

Ron: nou weet je ja daar ben ik wel tevreden over maar het gebeurt weinig omdat bijna elke activiteit die je zou kunnen doen zit al een eigen catering of resuarant of bar bij dus dan maakt het de combinatie wat lastiger.

Tharisha: En die samenwerkingsovereenkomsten waren echt dan gedaan, omdat er bijvoorbeeld een groep of bedrijf aankwam?

Ron: ja

Tharisha: niet omdat u het vast als arrangement heeft ofso?

Ron: nee niet echt

Tharisha: En met welke ondernemers in huis zou u nog willen samenwerken? En waarom?

Ron: euh nou voor ons is het alleen maar de Botterwerf waar we mee samenwillen werken maar dat doen we wel al eens en de smid en coronel maar ook weer daar de tennisbaan onder valt en de wolfskamer waar we het meeste mee zouden samenwerken. En we hebben ook ooit een groep gehad die ging ribvaren maar die worden dan ondergehurd niet in Huizen zelf en dan moet je die ribs inhuren en dan komen ze naar Huizen toe.

Tharisha: En met welk ondernemings zou u totaal niet willen samenwerken en waarom?

Ron: euhm ja dat is opzich niet zo moeilijk, laat ik het zo zeggen ik vind het lastig om met de Fletcher groep samen te werken omdat die corporate denken en niet lokaal. Dus als je iets wilt organiseren binnen het Nautisch kwartier dan kijken zij altijd naar landelijke cijfers op hun marketing en dat is natuurlijk niet zo dus zij doen eigenlijk bijna nooit mee en meer euh euh ze zijn niet erg cooperatief laat ik het zo zeggen.

Tharisha: En wat zou u goede combinaties vinden qua ondernemers voor de riviercruisetoerist zeg maar om een arrangement te maken en hoefde niet per se naar uzelf te kijken, maar gewoon wat u denkt wat passend is bij die doelgroep.

Ron: ja het lijkt mij dat je iets met kaas moet doen en met oud huizen en het huizer museum en dan heb je het eigenlijk wel een beetje gehad en dan kun je het wel combineren met waar je wilt eten maar dan kom je toch weer terug met grote groepen naar het Nautisch kwartier de haven van huizen en Dickens en Porterhouse en Kalkhoven zijn eigenlijk de enigste restaurants die grote groepen kunnen ontvangen denk ik. En als je zegt ik heb een excursie voor 50 personen als we teruggaan naar de normale economie dan maar dan zijn wij de enige bedrijven die een grote groep mensen kunnen hebben.

Tharisha: hoeveel mensen passen er in uw restaurant?

Ron: zo een 200 mensen.

Tharisha: En met hoeveel ondernemers zou je maximaal willen samenwerken voor één arrangement?

Ron: 2 of 3

Tharisha: waarom dat aantal?

Ron: anders worden het teveel meningen en gedachtes en woordenuitwisselingen dan werkt het haast niet meer en kun je ook niet meer haast de agenda's naast elkaar leggen

Tharisha: jaa dat is wel waar. Met welke ondernemers doet u zelf een kans om een mooi arrangement te ontwikkelen voor de riviercruisetoeristen?

Ron: ja dan zal ik in huizen vooral kijken naar coronel of het huizer museum.

Tharisha: dus u zou wel samenwerken met het museum dat ze bijvoorbeeld eerst naar het museum gaan en daarna bij u komen eten?

Ron: ja maar dat ligt natuurlijk weer niet dichtbij elkaar je moet wel kijken hoe ver alles is en in het nautisch kwartier ten alle tijden lopend of met een bus heen en terug. Het ligt niet midden in het dorp.

Tharisha: Wat vindt u zelf een goed concept met betrekking tot een arrangement voor de riviercruises toeristen? In Huizen

Ron: zou ik niet zo 1,2,3 weten eerlijk gezegd. Ik denk juist ik denk alleen maar dat ze huizen gaan gebruiken als uitvalshaven naar het Gooi en Amsterdam dus naar de toeristische attracties in de regio en met alle respect naar Huizen maar het heeft niet ongelofelijk veel toeristische attracties en als ze die al zouden hebben dan moeten ze daar ook daadwerkelijk iets aan gaan doen om dat te profileren.

Tharisha: ja klopt. Dus u vindt eigenlijk dat er gewoon niet iets goeds kan worden gemaakt?

Ron: hou er is veel weggegaan we hadden vroeger ook een *onverstaanbaar* maar die is naar Almere met de nieuwe stad wat je ook had kunnen doen was de floriade straks met arrangementen

en we hadden een fietsroute over die pond heen en dat is allemaal weggevallen en wegbezuinigd. Maar je profileert je wel als haven huizen van het Gooi maar ik moet eerlijk zeggen ik heb nog nooit euh mensen uit het gooi met hun boot binnen komen waaien vanuit naarden en muiden en muiderberg en amsterdam dus dat valt onzettend tegen. Dus je roept wel wat maar profileert je anders.

Tharisha: Ook zou u behoefte hebben aan ondersteuning van de gemeentehuis op het gebied van arrangement ontwikkeling voor het vrijetijdsaanbod?

Ron: nou nee eigenlijk niet. De gemeente Huizen en die komt er iedere keer keer op terug dat ondernemers dingen moeten faciliteren en dan heb je het over vergunningen of misschien meedenken in de vcg dat weet je ik denk als we dat moesten kunnen we dat ook zelf. Wat veel beter is denk ik dat ze meer activiteiten moeten verzinnen in het nautisch kwartier zelf dat die mensen van die boot afgaan en ook blijven. Je kan activiteiten hebben met markt en andere dingen ik weet het ook niet in het Nautisch Kwartier heb je ruimte zat. Dat zou een eventemententerein worden maar door een lobby dat het oude dorp zo groot is worden nu daar de meeste evenementen gegeven.

Tharisha: Daar heb ik nog wat extra vragen, maar dat is alleen voor als u het profiel van de rivier cruisetoevist kent. Weet niet of die daar een beetje bekend mee bent.

Ron: niet echt

Tharisha: dan was dit het einde. Heel erg bedankt.

INTERVIEW JASPER VAN MILL CEO VISSER KAAS

Tharisha: ik doe dus mn scriptie bij de gemeente Huizen en ik onderzoek dus naar het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist. En ik ga dan aanbevelingen te geven om arrangementen te maken en daarom moet ik ondernemers interviewen om erachter te komen wat er aan kan worden geboden.

Jasper: ja

Tharisha: het interview heeft 16 vragen en de eerste vraag is zou u een korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt.

Jasper: euhm wij zijn een kaasbedrijf en wij exporteren kaas over de hele wereld euhm wij hebben hier ongeveer 3000 ton kaas liggen dus ook ter bezichtigingen op planken om te rijpen dus rijphallen. Dus op zich is dat hartstikke leuk voor eventuele toeristen. Dat is het wel.

Tharisha: oke en wat is volgens u het huidige vrijetijdsaanbod in Huizen?

Jasper: niet veel haha, ja euh natuur je hebt natuur en je kan hier mooi wandelen op de hei enzo en je hebt de havens waar je wat zou kunnen doen aan watersport ofso. Maar voor de rest kwa winkel aanbod is er natuurlijk niet veel.

Tharisha: nee klopt. En wat vindt u van het huidige vrijetijdsaanbod?

Jasper: euh pff ja voor mij is het best maar als toerist zal ik wel wat meer willen, maar ik weet niet of je dat moet willen want je kan toch niet concurreren met Amsterdam of naarden ofso ik denk dat we dat op een andere manier moeten doen.

Tharisha: en euh vindt u dat er kansen zijn die niet benut worden met betrekking tot het verbeteren en uitbreiden van het vrijetijdsaanbod?

Jasper: naja je zou inderdaad dan moet je gaan kijken wat zij mooi vinden en dan heb je het over een goed museum en dat soort dingen en misschien dingen zoals kaas, daarom doe ik ook mee aan dit interview, doet het altijd goed, maar euhm voor de rest euh zie ik hier niet opeens dat je hier ineens een bruisend winkelcentrum gaat krijgen nee dat zie ik niet gebeuren.

Tharisha: oke duidelijk, maar hoe zou u dan het vrijetijdsaanbod verbeteren of uitbreiden en waarom?

Jasper: ik zou het helemaal niet uitbreiden

Tharisha: oh u zou het niet doen?

Jasper: nee

Tharisha: en als u het bv wel echt wel moest doen?

Jasper: een mooi museum over huizen op de haven dat soort dingen en misschien zoals bij ons een rondleiding geven en een winkel dat je wat meer probeert aan te bieden. Maar ik weet niet wat jij precies bedoelt met vrijetijdsaanbod?

Tharisha: nou wat ze kunnen doen hier, bijvoorbeeld euh smeden bij de smederij of boothuren.

Jasper: ja maar dat schiet allemaal niet op joh. Dat is allemaal leuk bedacht maar je moet je voorstellen maar van zo een boot komen misschien wel 1000 of 1500 mensen afrollen en ze kunnen met zn tweeën tegelijk smeden bij de smederij. Dat schiet niet op

Tharisha: ja dat is wel zo inderdaad. Ehm heeft u samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in Huizen of erbuiten?

Jasper: wij doen natuurlijk de kaas en we hebben een paar winkels hier in huizen, en euh ja verder hebben wij wel samenwerkingsverbanden maar allemaal n de zuivelbranche.

Tharisha: maar u heeft dus niet arrangementen? Met horeca of iets?

Jasper: nee helemaal niet, daar zijn wij nog helemaal niet mee bezig.

Tharisha: oke duidelijk. En de samenwerkingsovereenkomsten die lopen, bent u daar tevreden over?

Jasper: ja hoor tuurlijk

Tharisha: en hoe zijn deze tot stand gelopen? Wat was de reden?

Jasper: wat bedoel je met samenwerkingsovereenkomsten?

Tharisha: euh ja die u heeft met andere bedrijven

Jasper: ja o god door geschiedenis kopen en verkopen aan elkaar en zijn allemaal bsuiness to bussines, je hebt mekaar gewoon nodig.

Tharisha: en zou u nog willen samenwerken met ondernemers in Huizen? of met een bepaalde sector?

Jasper: altijd maar ik zie niet zo gauw welke

Tharisha: ja

Jasper: we hebben wel al een paar kaaswinkels in huizen

Tharisha: zou u bijvoorbeeld niet euh.. wat ik wel een leuk idee vond was een wijnproeverij met kaas maken voor de toeristen op een plek bv bij de botterwerf.

Jasper: ja maar ik ik, als je het hebt over die cruises, ik ken ze wel een beetje die moet je toch echt wat groter aanpakken dus je moet euh euh, die mensen worden als je met een cruise gaat dan zijn er bussen bij die cruise en die halen ze op en brengen ze naar weet ik veel naar een of ander museum of naar een bezienswaardigheid en dan gaan ze met de bus weer terug naar de boot en dan gaan ze weg. Dus ze kunnen naar naarden gebracht worden en het daar bekijken of naar amsterdam of weet ik veel of muiderslot zulk soort dingen. Maar een tent bij de haven zetten met een wijnproeverij joh nee

Tharisha: nee maar bij de botterwerf want dat is wel een bijzondere plek.

Jasper: ja wat ik wel goed zou vinden is dat ze een rondleiding hier krijgen en dan maak je er een winkel bij waar ze spullen verkopen en dan gaan ze weer weg, dan kan je wat grotere aantallen pakken zeg maar.

Tharisha: ja, oke euhm wat zou goede combinaties vinden voor een arrangement voor de riviercruisetoerist?

Jasper: ja wat je zegt zo een wijnproeverij is best leuk, maar ja daar heb je gelijk in je moet echt gaan denken aan arrangementen ja, dat je een bepaalde tour kan doen met ze en dat ze van tevoren weten wat ze die dag gaan doen en dan krijgen ze van tevoren een blaadje met dat gaan we doen en dat ze dan kunnen kiezen naar naarden of muiderslot en zo zouden we in huizen ook een arrangementje moeten hebben.

Tharisha: maar u zou dus wel geïnteresseerd zijn in stel ik zou het aanbevelen aan de gemeente een wijn proeverij met kaas maken of laten zien ofso?

Jasper: ja maar niet op de botterwerf

Tharisha: oh niet op de botterwerf, waarom?

Jasper: dat is allemaal te klein dat schiet allemaal niet op.

Tharisha: wat vind u dan wel een geschikte plek?

Jasper: ja dan moeten ze gewoon hier naar het bedrijf komen kijk en dan hier ligt hier zijn hele grote hallen en hier valt echt wat te zien en kan er een rondleiding worden gegeven. Maar om op de botterwerf met een kraam te staan met wijn en kaas dat heeft geen zin. Je moet die mensen echt wat groter geven die zijn echt wel wat gewend.

Tharisha: oke duidelijk, en met hoeveel ondernemers zou je maximaal samenwerken aan een arrangement of productontwikkeling?

Jasper: ja weet ik niet dat bespreek je dan. Ja ik denk dat je verschillende dingen moet hebben in je tour dus je moet niet alles op 1 plek willen brengen, die mensen dat zeg ik die stappen in de bus en die gaan dan van hier naar schapenkooi gaan ze schapen scheren kijken zo moet je een beetje denken. En dan verder op tussendoor breng je ze bij de goeie gooier voor een lunch. Of een iets tocht door het gooi en dna kom je hier langs en nog wat adressen en dan moet je daar ergens heen maar op de botterwerf gaan ze echt niet een paar uur lopen.

Tharisha: ja maar ze zijn er ook niet heel lang he

Jasper; nou ze zijn er normaal wel je legt aan smorgens na het ontbijt ga je dr af en savonds voor het eten ga je er weer op.

Tharisha: tegen mij is gezegd dat ze 2,3,4 uur hadden

Jasper: oke ja maar 4 uur is best een lange tijd he

Tharisha: ja dat is zo, euhm met welke ondernemers ziet u kansen om een arrangement te ontwikkelen?

Jasper: weet ik niet moet ik dan overleggen, wat ik eventueel wil niet zeggen dat ik het wil doen is rondleidingen geven en kaas laten zien, maar dan moet de gemeente wel de mogelijkheid geven om tot nu is het verboden om winkels te openen op een industrieterrein dat zit niet in het bestemmingsplan. Ze hebben wel een uitzondering gegeven bij Bunschoten vis die mag dat restaurant nu houden. Zulk soort dingen moet je denken.

Tharisha: en wat vind u dan een goed concept mbt een arrangement?

Jasper: ja wat ik net zeg gewoon een fietstocht en dan onderweg een bezichtiging en dat je onderweg dan bezoeken. Zoals dat smeden is leuk maar dan moet je kijken en niet zelf smeden want dat schiet niet op dan.

Tharisha: ja als dat maar met 2 mensen kan dat is wel heel weinig.

Jasper: ja weet ik veel hoeveel ze kunnen ookal kunen er 10 slaat het nergens op want op zo een boot komen wel 1000 mensen.

Tharisha: en zou u behoefte hebben aan ondersteuning van de gemeente huizen op dit gebied?

Jasper: ja misschien, ik wil er wel op de hoogte blijven, maar laat ze eerst maar met iets komen want verlopig komen ze toch niet maar dat betekent niet dat ik wil mee doen maar euh tegen de tijd dat dat echt realistisch word wil ik daar best naar kijken. Wat wij kunnen doen is een stukje kaas en stukje klederdracht en dan een winkel.

Tharisha: oke duidelijk, dit was het interview. Heel erg bedankt

Jasper: ik hoop dat ik je heb kunnen helpen. Fijne dag.

INTERVIEW ARD HOPSTAKEN PORTERHOUSE

Tharisha: mag ik het opnemen?

Ard: ja tuurlijk

Tharisha: het interview heeft 16 vragen en de eerste vraag is zou u een korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt?

Ard: euhm wij hebben restaurant bedrijven en onze formule heet porterhouse en dat is een concept en dat zit in naarden en in huizen en binnenkort in almere. Dat is wat wij doen. Dus wij leven van eten en drinken verkopen.

Tharisha: wat is volgens u het huidige vrijetijdsaanbod in huizen?

Ard: ja dat vind ik een lastige ik vind dat euhm niet heel erg groot, maar dat is ook niet echt waar wij ons mee bezig houden, ik focus me meer op onze bedrijven en overige vrijetijdsaanbod zoals recreatie en dergelijke daar focus ik me niet op dus daar weet ik ook niet voldoende van om daar een goed antwoord op te geven denk ik.

Tharisha: oke, vind u dat er kansen liggen in huizen die niet benut worden mbt tot het verbeteren van het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist?

Ard: ja ik weetje het probleem met zo een riviercruise is dat zijn allemaal afgekochte arrangementen, maar die hebben geen geld meer in hun portomonee dus als ze ergens met elkaar heen gaan moet het altijd voor hele goedkope prijzen en arrangementen en daar doen wij niet aan mee dus euh bij ons krijg je gewoon kwaliteit in brede zin dus zowel in het product als in de bediening en wij houden niet van koopjesjagers. Dus ik vind het voor weinig mensen een interessante markt.

Tharisha: oke duidelijk, hoe zou u zelf het vrijetijdsaanbod verbeteren of uitbreiden?

Ard: nou ik zou euhm, wij zitten in huizen dan in het nautisch kwartier he ik weet niet of je dat kent, en dat is natuurlijk een prachtig maar er gebeurt heel weinig en er mag ook heel weinig. Dus ik zou vanuit de gemeente huizen initiatieven dus huizen haven dagen en oldtimer festival heb je, maar euh dat zijn allemaal oudbollige zaken waar de huidige maatschappij niet echt op zit te wachten. Kijk jij gaat ook niet oude autos's bekijken met je vriendin toch?

Tharisha: haha nee

Ard: dat dat trekt niet meer, je wilt gewoon iets leuks zien dan wil je er wel heen en dan wil je wel besteden. Dus euhm ik denk dat dat soort evenementen wordt altijd georganiseerd door hele oude mannen en dat is euh de denkwijze is anders, jij denkt anders dan iemand van 80 en je vind andere dingen leuk dan iemand van 80. Dan gaat dat beter denk ik.

Tharisha: en wat zal u zelf dan voor de riviercruisetoerist aanbieden dan?

Ard: euhm niks. Ze mogen bij mij natuurlijk zijn ze welkom om te eten en drinken en wij willen die tafels natuurlijk reserveren maar wij doen wat we doen, dus reguliere menukaart, we doen geen buffetten of speciale gangenmenus ofso. Wij zijn porterhouse en wij doen wat we doen en wij passen dat niet aan en dat is onze kracht en daarom gaan die bedrijven ook goed omdat het duidelijk is wat we doen. De riviercruisetoeristen vind ik wel leuk dus die kunnen gewoon komen we zijn open.

Tharisha: oke, maar u zou dus niet geïnteresseerd zijn in een samenwerking met een ander bedrijf om een arrangement te maken voor de riviercruisetoerist?

Ard: jawel zeker wel, maar de de voorwaarden daarvan is, in nederland is een arrangement vaak goedkoop of heel voordelig en euhm zo gauw het arrangement mij geen geld kost dan vind ik het geen probleem maar ik ga ze niet voor 15 euro laten eten, dat gaan we niet doen.

Tharisha: nee precies, oke duidelijk. Euhm heeft u samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in huizen of erbuiten?

Ard: nee

Tharisha: helemaal niks:

Ard: nee, nou maar op welk vlak denk je dan?

Tharisha: nou dat je misschien al arrangementen aanbiedt of iets gedaan heb met andere bedrijven?

Ard: oh nee, nou we hebben weleens wat gedaan met het theater in huizen, rondom de kerst een live diner met een live show, scrootch gedaan samen met de theatergroep. Maar verder doen wij

eigenlijk alleen alles met onze eigen bedrijven. De porterhouse formule of met porterhouse social club maar niet verder dan met derden.

Tharisha: oke en waarom dan niet?

Ard: nou omdat wij zelf alles in huis hebben denk ik, ik zie de meerwaarde niet. Als je iets doet in het leven wil je er altijd beter van worden niet per se in geld hoor. Maar je zoekt ergens naar meerwaarde met een samenwerking, maar die meerwaarde heb ik nog niet gevonden.

Tharisha: en heeft u wel ondernemers in huizen waar u mee wilt samenwerken?

Ard: jaa we kennen de eigenaar van fletcher goed en onze buurman kennen we goed. Maar daar werken we niet echt mee samen nee

Tharisha: maar zou u dat willen

Ard: dat zou zeker kunnen en zou ik dat willen mits er meerwaarde in zit voor beide partijen. Dat is de voorwaarde.

Tharisha: oke en heeft u ook ondernemers waar u echt totaal niet mee zou willen samenwerken?

Ard: nee dat niet, het moet altijd wel zin hebben voor een of ander.

Tharisha: wat vindt u zelf goede combinaties qua ondernemers als u denkt aan een arrangement voor de riviercruisetoerist?

Ard: ja wij zitten natuurlijk in het eten en drinken verhaal, ik kan me voorstellen dat als ze in zo een cruiseschip komen dat ze een bed erin hebben staan, dus het enige wat ze kunnen doen is iets zien en iets eten en drinken. Dus je zou iets moeten zoeken dat dat invult. Je gaat van boord en wat doe je dan of je gaat bekijken of je gaat winkelen. Dat gaan ze natuurlijk niet doen in huizen, maar iets bekijken kan wel en dan op die locatie iets eten en drinken dan kan dat een arrangement zijn.

Tharisha: en zou u ook geïnteresseerd zijn in een arrangement dat ze eerst gaan smeden op de botterwerf en daarna bij u komen eten?

Ard: ja zo iets inderdaad, dat zou kunnen.

Tharisha: en met hoeveel ondernemers zou u maximaal willen samenwerken per arrangement?

Ard: euhm nou dat ligt eraan wat ze bieden en in principe is dat niet gelimiteerd. Weet je als de ene dit doet en de andere dat en je maakt een heel leuk programma voor die mensen en dat mensen dat ook gaan doen. Zolang je elkaar maar versterkt en niet de handel afneemt.

Tharisha: oke duidelijk. Met welke ondernemer ziet u de kans om een mooi arrangement te ontwikkelen voor de riviercruisetoerist?

Ard: dan gaat het altijd over die mensen die geen eten en drinken aanbieden maar die iets om te zien hebben. Dus bij een ander kijken en doen en bij ons euh napraten en eten en drinken.

Tharisha: maar weet u dan ook wie in huizen dat zou kunnen doen?

Ard: bijvoorbeeld die botterwerf is leuk gemaakt en je ziet de smid die vrouw dat is leuk maar je zou bv in de kalkovens ook wel wat kunnen organiseren voor zo een club daar denk ik dan aan, dat is ook heel makkelijk bereikbaar vanaf het schip. Dat zou je kunnen doen maar je kan ook iets in de haven doen een paar boten die mensen kunnen gaan kijken ofs daar zie ik ook wel kansen.

Tharisha: oke duidelijk, wat vindt u zelf een goed concept mbt een arrangement voor de riviercruisetoeristen, dan hoeft u niet naar uw eigen bedrijf te kijken maar gewoon in het algemeen?

Ard: weet ik niet, heb ik niet zoveel ervaring mee daar heb ik geen vergelijking mee op dat vlak. Ik ken in amsterdam wel een aantal bedrijven die zo een grote groep aan tafel doen en dan vlug een 2 of 3 gangen menu aanbieden en dan weer weggaan. Dat zie ik bij ons niet zo gebeuren. Wellicht dat fletcher of een pannenkoekenhuis iets willen doen.

Tharisha: euhm heeft u zelf behoefte aan ondersteuning van de gemeente huizen mbt arrangement ontwikkeling voor de riviercruisetoeristen?

Ard: nee denk het niet.

Tharisha: helemaal niks:

Ard: nee

Tharisha: en stel ik beveel zeg maar een arrangement aan dat ze eerst gaan smeden bij de botterwerf en daarna bij u komen eten, zou er dan ook een mogelijkheid zijn dat ze iets typisch huizers gaan eten, ik weet niet of huizen een typisch gerecht heeft ofso

Ard: dat weet ik niet maar als ze bij porterhouse gaan eten dan doen we dat niet want bij mcdonalds kan je ook niet aan de balie komen dat je nasi wilt terwijl ze hamburgers verkopen.

Tharisha: nee haha

Ard: nee dat willen wij niet dus daar ga ik ook niet speciaal iets voor klaarmaken. Iedereen is welkom maar wel om te doen wat wij doen.

Tharisha: oke duidelijk, dan was dit het.

Ard: oke

Tharisha: heel erg bedankt voor uw tijd

Ard: nou leuk, heel veel succes nog!

Tharisha: dankjewel!

INTERVIEW BOTTERWERF FRANS KOLK & EMILE VAN WAEGENINGH

Tharisha: ik heb 16 vragen voor jullie.

Emile: weet je wat van de stichting of heb je weleens een botter in de haven zien liggen?

Tharisha: nee, ik heb wel jullie website bekeken maar ik heb verder niet euh iets zelf gezien ofso.

Emile: oke nou succes

Tharisha: dankuwel.

Emile: en overigens, jij rapporteert aan patricia?

Tharisha: jaa dat klopt en ook aan leo detering.

Emile: oke prima, dan weet ik een beetje de achterliggende gedachte zo.

Tharisha: kunt u een beschrijving geven van uw stichting en wat deze aanbiedt?

Emile: nou dat ga ik aan ijn mede bestuurslid de secretaris overlaten, frans is secretaris van stichting huizer bidders, ik ben ook een bestuurslid maar ik doe evenementen. En daarnaast hebben we nog een penningmeester en een voorzitter. Ik zit nou frans een beetje af te vangen maar wij hebben 4 zeer antieke oude vissersschepen in ons eigendom en dat is kenmerkend voor het historisch en cultureel erfgoed van huizen. huizen was ooit de grootse aanvoerhaven van haring in nederland en dan praat je over 1880 tot 1915, euhm toen lagen er hier wel 300 schuiten in de haven en de reden dat ze allemaal naar huizen gingen was omdat huizen hele goede spoorwegen had voor de export van de haring.

Tharisha: oke interessant, heeft u nog aanvullingen frans?

Frans: ja ik kan het tot zover aanvullen dat wij een zelfstandig opererende stichting zijn, dat we euh zelfstandig opereren ook financieel en dat we huur moeten betalen aan de gemeente voor het gebruiken van de botterwerf en de velden die er omheen liggen en dat we naar mijn mening de mooiste 4 bidders hebben van heel nederland.

Tharisha: oke duidelijk

Emile: de stichting werkt met een groep vrijwilligers, dat zijn er 140 dat is heel veel voor een dorp als huizen, van die 140 is een deel aanboord met zeilen als schipper of maat en een ander deel is heel actief in het onderhoud waar heel veel tijd in zit en heel veel geld. En een derde club is actief in de kruierij oftewel een horeca activiteit want hoe komen wij aan onze centen, wij verhuren de schepen vaak aan het bedrijfsleven of particulieren en als zij dan een dagje in de vorm van temabuilding of wat dan ook met personeel het water op wil met 1 of meer bidders en dan wordt er ook aan boord een drankje gedronken en dan maken we een pakket met hapjes en drankjes dat noemen we kostwanden zoals dat vroeger heten en daar zorgt de kruierij voor.

Tharisha: oke duidelijk, wat is volgens jullie het huidige vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoerist in huizen?

Frans: het vrijetijdsaanbod in huizen? het huidige? Daar zitten heel veel sportfaciliteiten, je kunt het zo gek niet opnoemen van de klassieke dingen als voetbal, tennis, hockey als skien, klaverjasclubs, de prides, wereldberoemd. Zijn wereldkampioen in amerika geworden.

Emile: het is natuurlijk een watersportplaats waarbij je een vraagteken moet zetten bij water want het hele gooi kampt met een ontzettend groot probleem namelijk het zeewier en zeekruid en dat groeit zo sterk dat daardoor het water soms meer op weiland lijkt dan varen. Als je het hebt over het vrijetijdsaanbod en watersport in huizen als je kijkt naar de ligplaatsen is dat een argument om elders te gaan

Tharisha: en als u kijkt naar de riviercruisetoerist?

Frans: voor de riviercruises?

Tharisha: ja

Frans: de riviercruises komen aan, daar hebben wij tot nu toe weinig mee gedaan in de vorige editie dus vorig jaar zagen we dat ze vaak erg laat aankwamen en de volgende dag dan weer weggingen en de andere optie was dat ze hier in de bus stapte naar het amsterdam castle of amsterdam garden

oftewel de hele gooische heuvelrug en wij daar ook niet de mankracht en de financiën hebben om daar een fatsoenlijk aanbod voor te kunnen maken

Emile: ja dat is 1 en daarbij moet je in je achterhoofd houden tharisha, euhm de grote riviercruisen rederij die maken 1,5 jaar tot 2 jaar van tevoren stellen ze hun programma samen. Mensen boeken en krijgen meteen het programma om te kijken welke uitstapje ze willen maken, die uitstapjes zijn nu voor een groot deel in amsterdam of muider slot of ze gaan langs de bnn'ers of volendam en euh het is voor zover wij weten nog niet zo ver dat de rederijen een rondleiding door huizen of een bezoek aan de botterwerf hebben in hun programma, wat frans net zegt sterker nog wij hebben daar ook van onze kant nog geen invulling in voor handen, wat de gemeente zich zou moeten realiseren is dat wij een srichting zijn met vrijwilligers die vrijwilliger zijn om te varen of om te onderhouden en niet vrijwilliger zijn om in een kledingdracht kostuum rond te lopen.

Frans: belangrijk is als je iets wilt met de riviercruisetoerist is dat je een toeristisch pakket moet maken en dan bedoel ik niet alleen een bezoek aan de botterwerf dat ze gaan kijken hoe het hier gaat, want we kunnen best wel is een plank branden en iets anders doen nou we kunnen nog met ze varen op een authentiek vissersschip we hebben zelfs 1 uit de 18^e eeuw, dus hele oude dames, maar er is geen combinatie met het museum, het nautisch kwartier en de botters in 1 compleet aanbod te geven.

Tharisha: en zou u ook niet geïnteresseerd zijn in een wijnproeverij op de botterwerf of een smederij workshop?

Frans: een smederij workshop dat kan want dat is een ander deel van de botterwerf dat wordt gehoord door annelied van dijk of te wel dochter van de smid en een wijnproeverij mogen wij hier niet want wij mogen hier geen horeca doen. Wij zijn dus zeer beperkt met horeca gelegenheden wij mogen alleen boten varen en de rest is verboden.

Tharisha: zou de gemeente daar wel toestemming voor kunnen geven of mag dat helemaal niet?

Frans: dat ligt echt aan de gemeente die moeten daarvoor het bestemmingsplan wijzigen of afspraken maken met meneer geesink de voormalige eigenaar veranderen.

Emile: het probleem dat wij hier hebben in het nautisch kwartier tharisha, dat heb je misschien wel al gezien, we hebben 3 horeca gelegenheden en dan heb je coronel karting ook met horeca en je hebt de haven van huizen, dat zijn 5 horeca gelegenheden op krap een halve kilometer, euhm het zijn met name die bedrijven die zich beroepen op het bestemmingsplan en in het verleden zijn er wel degelijk pogingen gedaan, niet door ons maar door onze collega's om een aantal horeca activiteiten te doen maar daar is destijds door de horeca bij de gemeente veel bezwaar toe geleid dat van wie de botterwerf origineel was is uitgekocht door en de gemeente de botterwerf in eigendom heeft en het nu aan ons kan verhuren. De beperkingen die er hier liggen worden opgelegd door het bestemmingsplan en de gemeente.

Tharisha: oke, hoe zou u zelf het aanbod verbeteren of uitbreiden voor de riviercruisetoerist?

Frans: dat kan alleen als we met een aantal partijen een pakket kunnen samenstellen maar dat vraagt nieuwe vrijwilligers die dan het toeristische pakket willen doen en dat vraagt ook voor financiering om dingen op te zetten. En dat is niet een nieuw bedrijf of bedrijfstak wat we nu willen oprichten dat is omdat we het nu al zwaar genoeg hebben.

Tharisha: en stel je kijkt niet naar die zaken maar naar wat de riviercruisetoerist leuk vinden

Emile: naja daar wil ik wel wat op aangeven, heb je een idee wat voor soort passagiers er op een riviercruise zitten?

Tharisha: ja wat oudere mensen, meestal boven de 65 vaak redelijk goed inkomen en vaak met een partner en de meeste komen van intercontinentale delen en een kleiner deel komt uit europa.

Emile: oke, dus je kan je sws voorstellen dat als je het hebt over vrijetijdsaanbod voor die mensen dat ze al 2 weken bezig zijn met vrijetijdsaanbod namelijk de cruise zelf, die komen hier dan binnen ik denk dat veel mensen dan wel tegenop zien om op een primitief botter op te stappen, wij hebben geen aanloopplanken en er kunnen geen rolstoelen aanboord. Wat voor hun aantrekkelijke aanbiedingen kunnen zijn is dat ze in het nautisch kwartier een souvenirsshop tegenkomen en een kaasshop tegenkomen om dat te proeven en dan daar aan gekoppeld zit een smederij bezoek zit of

een bezoek aan de botterwerf. Maar wij zouden niet een souvenirsshop of kaaswinkel kunnen openen.

Tharisha: maar wat zou er bij de botterwerf kunnen worden georganiseerd?

Emile: in de wintertijd maar dan zijn er geen cruiseschepen kunnen we A laten zien met wat voor cruiserestaurants we mee bezig zijn maar dan hebben we hulp bij nodig ook financieel, kunnen we in een half uur tijd een heel mooi verhaal vertellen over de historie van hoe huizen een landbouwdorp werd en een vissersdorp net als een soort kaas en handelsdorp is geworden en dat kan in de zomertijd ook met een soort ontvangst met banken in de zaal bij de botterwerf op een groot scherm en dan zijn er ook nog wel mensen te vinden die een soort presentatie willen houden en dan zou je de werf in de zomertijd een beetje moeten inrichten als een etalege he met oude fuiken en visserij attributen

Frans: een meer museale invulling waar wij nu de ruimte niet voor hebben

Emile: ja dus de museum functie, overigens ene goed voorbeeld waar ze dat naar onze mening goed doen is elburg, is voor jou de moeite waard om eens te kijken.

Tharisha: hoe heet dat precies?

Emile: als je googelt bidders elburg dan heb je het, want die zijn met een aantal dingen bezig ze hebben daar ook een authentieke werf, want ze hebben een voorbeeld dat ze net als harderwijk en spakenburg een authentiek vissersdorp zijn daar ligt die haven ook in de kern van het dorp. Dat hebben wij hier niet in huizen, er kunnen daar 3 bidders in de haven en als zij een oud botter wrak vinden met behulp van de gemeente en de sociale werkplek en leerschool is daar een club bezig met zo een wrak op te knappen dus een soort leven openluchtmuseum en dan boven in het gebouw hebben ze hele expositie met gevisualiseerd met hoe de visserij vroeger plaatsvond, dat zijn allemaal dingen die wij laat ik het zo zeggen beter goed gejat dan slecht bedacht, daar zijn heel veel elementen te vinden die wij zouden kunnen overnemen

Tharisha: Oke maar waarom hebben jullie dat dan nog niet gedaan?

Emile: omdat dat ons belang niet is, ons belang is het in stand houden van de vloot.

Frans: Wij zijn een instantie met een cultureel erfgoed van de gemeente huizen die beheert en bewaart en conserveert om het door te kunnen geven aan de volgende generatie en dit gebouw zit stampend vol met wat we daar voor nodig hebben, we hebben niet de fysieke ruimte en de vrijwilligers om dat te kunnen waar stellen.

Emile: dat staat ook niet in de doelstelling van de stichting he, dat wij iets van een toeristische trekpleister moeten zijn. wij willen daar graag in meedenken, maar heel simpel daar zal 80 procent van zeker de financiële inspanning en de organieke inspanning vanuit de partij moeten komen die belangen heeft bij toerisme in huizen.

Frans: en mogelijk mag dat een commerciële partij zijn want in fieta aan toerisme moet je geld verdienen

Tharisha: oke euhm, wat vind u zelf goede combinaties kwa ondernemers om een arrangement te ontwikkelen voor de riviercruisetoerist?

Emile: nou wij zijn geen ondernemers tharisha

Tharisha: wat zei u

Emile: wij zijn geen ondernemers

Tharisha: nee dat weet ik maar als u buiten u zelf kijkt

Frans: je moet iemand hebben die geïnteresseerd is in een souvenir winkel en in bv een kaasshop of iemand die rondtoerend door huizen kan fietsen of desnoods met paard en wagen

Emile: je hebt de medewerking nodig van het huizen museum waar heel veel informatie is

Frans: en je hebt de gemeente nodig

Emile: met name de gemeente want het is leuk dat ze jou een opdracht geven en je neemt het op dat mogen ze ook weten ook wij zijn een stichting en de gemeente is heel erg trots dat er 4 bidders in de haven liggen en daar paraderen ze ook mee, maar je moet je voorstellen dat wij een kleine 40.000 euro als huur aan de gemeente moeten afdragen en we daar verder geen subsidie voor krijgen

Tharisha: oke ja dat is wel veel

Frans: ja dat heb je goed begrepen haha

Tharisha: ja oke, euhm wat vind u zelf een goed concept mbt arrangement voor de riviercruisetoeristen?

Frans: ja waar we het net over hadden

Emile: op het moment dat we en dan heb je een goeie marketeer voor nodig om daar een product naar te vertalen maar denk aan een programma maar opletten we praten over 65 plussers ik zie een 65 plusser niet met een hamer een pook maken dus een clinic op de botterwerf daar geloof ik niet in, maar ze kunnen wel een demonstratie in de smederij bijwonen in een kleine groep, dus als daar 12 man staan is dat denk ik een beetje het matje in aantallen maar die kunnen best 3 kwartier naar een demonstratie van smeden kunnen kijken en dan daarna komen ze naar de botterwerf en als de gemeente dat toestaat zouden ze een kop koffie of thee kunnen drinken samen met een huizermuis of euh wikkelloekplak s

Frans: samen met een presentatie over de visserij hoe die is ontwikkeld in huizen compleet met hoe een botter wordt gebouwd en gerestaureerd dat zijn dus dingen die wij wel kunnen maar die gaan wij niet helemaal organiseren.

Emile: maar goed om even naar jou vraag te gaan wat zou je dan als pakket kunnen zien dat is 2 uur durende excursie naar de botterwerf met smederij en de zuiderzee visserij we kunnen dat in het engels doen in het Duits en in het Nederlands doen denk ik zomaar en euh je kan dan misschien met botter gerelateerde zaakjes kunt aanbieden zoals boeken, bouwpakketje

Tharisha: oke duidelijk

Emile: wat moet je daar dan voor vragen want dat moet betaald worden door die mensen nou dan moet je rekening houden met een demonstratie smeden met een beroepssmid als je alles met de belastingdienst afscheept dat je daar 80 euro per uur voor neerzetten maar goed dat is dan per uur en dan kom je bij ons uit met een ontvangst van 3 kwartier een zelf soortige bedrag moet rekenen.

Frans: het ligt er ook aan of je het verkoopt aan de rederij die het weer doorverkoop of dat we het per persoon verkopen

Tharisha: euhm heeft u behoefte aan ondersteuning van de gemeente huizen mbt het ontwikkelen van een arrangement voor de riviercruisetoerist?

Frans: ja

Tharisha: en wat zouden jullie dan willen

Frans: dat ze is naar ons toekomen met een plan in plaats van dat wij dat moeten verzinnen

Tharisha: en stel een wijnproeverij of horeca word wel toegestaan is dat überhaupt mogelijk dat ze dat gaan doen?

Emile: nou als ze dat gaan doen dan krijg de gemeente onmiddellijk ruzie met het Fletcher hotel riva wine lounge

Tharisha: waarom dan?

Emile: omdat ze daar gewend zijn om glazen wijn te schenken, als je het hebt over een wijnproeverij en als je het hebt over een bierbrouwerij er is natuurlijk geen bierbrouwerij in dit deel van het dorp, heb je het over een kaasproeverij heb je geen kaaswinkel in de haven maar als je het hebt over een wijnproeverij en ik denk dat dat hartstikke leuk is samen met huizen en old amsterdam dan denk ik dat de horeca zelf gaat claimen dat zij dat willen organiseren

Tharisha: maar ik heb bv ook met een wijnwinkel een interview gehad en hun waren wel geïnteresseerd om een wijnproeverij

Frans: was dat siersma

Tharisha: ja haha

Frans: ja dat dacht ik al die zijn ook best geïnteresseerd, maar het blijft heel simpel zo lang het bestemmingsplan niet is veranderd kan er bij ons geen wijn geschonken worden

Tharisha: oke maar stel ze verandere het wel zouden jullie er dan wel in geïnteresseerd zijn?

Frans: ja als het wel veranderd dan zijn we geïnteresseerd in een veel breder pakket

Emile: daar moeten we dan ook horeca certificaten voor halen etc. en daar moeten we dan vervolgens ook de vrijwilligers voor hebben want we hebben geen vergunning

Tharisha: ik wist niet dat het zo ingewikkeld was ik dacht dat jullie konden doen wat jullie wilden
haha

Frans: ja was het maar waar

Tharisha: ja ik heb verder niet echt meer vragen eigenlijk, hebben jullie nog vragen aan mij

Emile; nee

Tharisha: heel erg bedankt voor uw tijd en alle informatie!

INTERVIEW ARNE VISSER GOOIS FIETVERHUUR

Tharisha: mag ik het opnemen?

Arne: ja tuurlijk

Tharisha: zou u een korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt?

Arne: ik ben fietsverhuurder dus dat zegt het wel aardig en ik doe eigenlijk het verschil met andere fietsverhuur bedrijven is dat ik geen loket heb waar iemand de hele dag zit, ik ben een eenmans bedrijf, ik heb opslag vlak bij de haven waar de rivierboten aanleggen. Ik doe alles op afspraak want ik breng de fietsen op locatie en ik doe particulieren doe ik via een restaurant wat daar vlakbij is, dus dat is een beetje anders maar verder ben ik gewoon een normaal fietsverhuur bedrijf met e bikes, fietsen, tandems, kinderfietsen, bakfietsen naja alles wat fietst dat heb ik en daar ben ik voor hier in deze regio een van de grootste denk ik.

Tharisha: oke duidelijk, euhm wat vind u zelf van het vrijetijdsaanbod in huizen, en wat is er te doen?

Arne: ja euhm ik woon hier al sinds mn 10^e haahah maar omdat ik fietsverhuurde ben en er komen natuurlijk andere mensen uit andere regio's en soms het buitenland, die vragen dat dan ook en doen dan een beetje alsof ik een vvv ben en dus je kijkt zelf dan ook weer een beetje door de ogen van een toerist, hier is het sowieso een prachtig gebied om te fietsen met alle fietspaadjes en alles ligt redelijk dicht bij elkaar en je hebt natuurlijk laren en blaricum met alle bnn'ers enzo, euhm je hebt in huizen is het ook gewoon een dorp zoals overall, het oude dorp is gewoon er zit ook een blokker en een hema maar ja dat is het wel. Ja nhet gebied is mooi en je zit aan het water daar kan je ook prachtig langs fietsen, en euhm de meeste mensen die fietsen huren die willen gewoon rondkijken en je hebt hier dat knooppunt systeem met dingen wat je kunt fietsen. En je hebt vlak bij de haven een restaurant de haven van huizen daar doe ik voor particulieren ook fietsen. Verhuren, ben je daar al geweest in die omgeving?

Tharisha: euh ja wel een keer rondgekeken

Arne: euh ja daar is euhm veel parkeerplek en ook bij fletcher die hebben ook fietsen en die huren soms bij mij bij, ja euh bij dat restaurant spreek ik af en soms rijden mensen dan een uur dus dan willen ze even plassen en wat drinken en daar zit ook een knooppunt dichtbij en ik spreek ook particulieren daar omdat ik er dan niet bij hoeft te zijn als de fietsen dan weer worden ingeleverd zo houd ik me handen vrij en krijgt het restaurant ook een beetje klandizie.

Tharisha: oke, euhm en vind u dat er kansen liggen in huizen die niet worden benut met betrekking tot het uitbreiden van het vrijetijdsaanbod voor de riviercruisetoeurist?

Arne: euhm naja dat die steigers daar gebouwd zijn dat is al 2 of 3 jaar geleden, vorig jaar waren daar voor het eerst een paar van die boten en ik had het idee dat die boten naar huizen komen omdat ze niet naar amsterdam binnenkomen, dan staan daar van die grote autobussen klaar voor ze om naar amsterdam te gaan, dat zullen een hoop mensen doen maar sommige hebben daar natuurlijk ook geen zin in en voor die is het leuk om natuurlijk hier in het gooi een beetje rond te kijken en dat kan via een bepaalde route. Ik ben toen een keertje op een boot en daar waren verschillende rederijen maar ik weet niet meer welke dat was maar toen had ik ook het idee, zomers ben ik 7 dagen per week met mn verhuur bezig en toen dacht ik voor de mensen die niet naar amsterdam willen dan fietsen konden huren hier, ik zie dan wellis als er zo een boot is dat die mensen maar een beetje rond lopen te zwerven en niet weten wat ze moeten doen, ik wil fietsen verhuren en hun willen wat doen dan zat ik zo te denken, ik had contact met een rederij en die zouden aan boord al moeten worden geïnformeerd wat er te doen valt in huizen zodat de toeristen hiervan op de hoogte zijn en dan kan ik zorgen dat het daar staat maar ik moet dat wel van te voren weten en dan kan ik dat regelen en dat is heel simpel mensen vullen een lijst in met wat ze willen en dan kan ik het klaarzetten en zo iemand heb ik toen aangesproken maar verder nooit meer iets van gehoord. En zoveel boten komen er ook niet ik weet niet of er meer zouden komen.

Tharisha: volgens mij 25 boten

Arne: oh oke ja ik euh ja zou zo maar kunnen maar iedergeval dat was mijn idee en kunnen die mensen gewoon rond kijken inplaats van langs de haven te zwerven.

Tharisha: jaa precies. En heeft u ook samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven?

Arne: euh naja ik heb me thotels fietsen staan en zomers ook bij campings wel en naja meerdere dingen en euhm ik heb een bedrijf die vaak dingen voor groepen organiseren en dan zorg je dat alles optijd is enzo en alles klaar staat en zolang je dat goed doet sta je bij hun op het lijstje en dan gaat het heel makkelijk. En wat ik soms ook heb is dat het dan aansluit bij andere activiteiten en dat ik dan de fietsen breng en dat ze dan iets met een boot gaan doen en dan haal ik de fietsen weer ergens anders op maar ja dat zijn allemaal een beetje puzzeltjes.

Tharisha: oke en doen ze ook andere activiteiten dan alleen een boot huren en fietsen of ook andere dingen in combinatie?

Arne: hoe bedoel je?

Tharisha: nou u zei net dat ze in combinatie met een andere activiteit ook wellis fietsen huren

Arne: oh ja dat dat dan een soort dagje uit wordt gemaakt door het bedrijf en dan euh soms komen ze met een bus ergens en dan fietsen ze ergens en dan gaan ze wat eten. Euhm ik probeer het ook wel als ik merk dat daar een beetje mogelijkheid in zit stel ik moet fietsen brengen en ophalen als het een half uur rijden is dan is dat wel t ever dus i houd het vaak in deze regio, maar goed dit gaat ook over die boten in huizen dat is voor mij om de hoek dus daar moet je een beetje mee opletten met puzzelen. Ik probeer alles zelf te regelen en als het moet aansluiten bij die boten dan moet er alleen contact worden onderhouden en dan kan je ruimte houden in je agenda.

Tharisha: euhm verlopen de samenwerkingsovereenkomsten die u heeft goed? Bent u er tevreden over?

Arne: ik ben eigenlijk met bedrijven samen en heb bijna nergens een contract mee, het moet werken je moet allebei blij zijn en andere ondernemers zijn ook grote mensen en als er dan iets mis gaat dan los je dat goed op en stel als 1 van de twee raar doet dan werk het gewoon niet. Meestal spreek ik gewoon af om samen te werken voor 1 seizoen en dan het einde van het seizoen evalueer je het.

Tharisha: oke, en hoe zijn de meeste samenwerkingsovereenkomsten tot stand gekomen?

Arne: euh ik word zelf benaderd dus mensen vinden mij via mn website en ik benader zelf als ik denk hey dat zou wat kunnen worden en vorig jaar was ik heel druk, in een normale zomer en er belt dan niemand dan moet ik nagaan of ik het wle goed doe.

Tharisha: euhm heeft u nog ondernemers waar u mee zou willen samenwerken? In huizen?

Arne: euhm naja zoals bij hotels, fletcher die zit in huizen en vroeger had je ook hotel newport en er zijn wel plannen dat ze daar hotels gaan maken en je hebt camping woensberger in blaricum. Maar dat is nu overgenomen door een grotere camping organisatie en mn plan was om daar langs te gaan om even te babbelen maar dat kan zijn dat ze zelf al iets hebben en ja alles ligt plat nu maar daar zou ik dus wel even willen kijken.

Tharisha: en wat vind u zelf een goede combinatie van ondernemers voor een arrangement voor de riviercruisetoerist?

Arne: euhm ja ik denk natuurlijk die mensen willen wat doen en je hebt hier ook de hap en trap tocht dat is door heel nederland en dan heb je allemaal verschillende routes en dan krijg je bij elk restaurant een andere gang en dan fiets je weer naar het volgende restaurant en dat is best leuk en dan heb je 5 stops, maar een cruiseboot wil natuurlijk liever op de cruise eet dan dat ze zelf willen betalen ergens anders. Dus die zitten niet te wachten op een fietstocht naar restaurants, dus dan kan je kijken naar beeld en geluid en dat is hier een km of 10 vandaan dan kan je over de hei fietsen en er rijd zelfs zo een dom treintje rond waarmee je door de studio's enzo heen gaat haha mij boeit het niet maar een hoop mensen vinden dat leuk en euhmm

Tharisha: en als u dan alleen naar huizen kijkt?

Arne: euhm ja het is in huizen het is een grote plaats maar er is niet heel veel te doen ja normale dingen een zwembad een tennisbaan en valkeveen maar dat sluit niet aan op een cruiseboot denk ik, oh sorry dit is mn werk telefoon 1 tel.

Tharisha: is goed.

Arne: ja, huizen is meer een slaapstad een slaapdorp wil je ook niet zeggen maar er zijn niet heel veel activiteiten ofso naja ik woon hier en als het er was zou ik het wel weten ja niet heel veel.

Tharisha: en moet hoeveel ondernemers zou u maximaal willen samenwerken voor 1 arrangement?
Arne: euhm ja dat hangt dat maakt mij niet uit als ik een onderdeelje in een geheel ben dan moet ik zorgen dat mijn ding goed geregeld is en verder maakt het niet zoveel uit

Tharisha: oke, ja wat ik zelf had bedacht ik zeg niet dat ik het ga aanbevelen aan de gemeente maar ik dacht misschien dat de riviercruisetoeristen dan konden fietsen door huizen zeg maar met een gids en dat ze dan tijdens de fietstour aan het huizer museum en een bezoek aan de kaas winkel van vissers kaas zouden doen en dan zouden ze daar een rondleiding krijgen en dat ze dan weer terug fietsen naar de haven, zou u daar geïnteresseerd in zijn?

Arne: euh nou ja het is altijd leuk als je een soort toch maakt dat er wel een soort doel in zit en met het huizer museum dat moet natuurlijk afgestemd worden met dat het open is maar ja dat is allemaal makkelijk te plannen en van dat kaasmuseumje daar weet ik niet alle grote kaashandels zijn verhuist naar de polder geloof ik maar of dat daar dingen in te zien zijn

Tharisha: ja ik heb ook met hem een interview gehad en dat had ie toen gezegd

Arne: oh ja ik ken het niet

Tharisha: ja hij zei dat ie nog een plek had in huizen waar gekeken in kon worden en eventueel een rondleiding

Arne: ja ja oke, ik vraag me af waar het is maar goed zal wel goed zijn. en dan heb je ook het centrum van huizen dat is 2 km van de haven af en dan met een ander bezoek dan ben je daar moet eigenlijk wel wat bij moeten

Tharisha: ja maar dan een tour door heel huizen

Arne: ja je hebt ook van die gidsen maar dan weer met talen, waar komen ze vandaan

Tharisha: ja meeste wel buiten europa

Arne: ja zijn van die gidsen die vaak wel wandeltochten langs een beetje in het oude dorp er zijn nog pandjes van 1600 enzo en ik heb ook welis zo een gids gesproken want die wilde wat doen maar dat is nooit van de grond gekomen.

Tharisha: oke en met welke ondernemers ziet u een kans om een arrangement te ontwikkelen in huizen?

Arne: ja een vvv is natuurlijk geen ondernemer en normaal doe je horeca maar omdat het all inclusive is heb je daar ook niet heel veel aan. Wat wel leuk is is zo een 7 km hier vandaan is naarden vesting en dat is echt een leuk stadje waar veel te zien is en dat is naja voor mensen die daar nooit geweest zijn de moeite waard. Dat kan je dan meepakken in een route om dan zo bij het museum of dat kaasing te komen.

Tharisha: heeft u behoefte aan ondersteuning van de gemeente huizen op het gebied van arrangement ontwikkeling?

Arne: ja natuurlijk dat is naja ik ben een ondernemer als daar wat kansen in zitten kom maar op en ze kennen mij want ze huren zelf ook welis fietsen voor personeel enzo.

Tharisha: en nog ondersteuning op een ander vlak?

Arne: ik probeer zoveel mogelijk zelf alles te doen

Tharisha: oke duidelijk dan was dit het interview

Arne: oke top

Tharisha: heek erg bedankt!

INTERVIEW NIELS VAN DEN BOOGAARD FLETCHER HOTEL NAUTISCH KWARTIER

Tharisha: mag ik het opnemen?

Niels: ja tuurlijk

Tharisha: oke top de eerste vraag is zou u een korte beschrijving kunnen geven van uw onderneming en wat deze aanbiedt?

Niels: ja tuurlijk, hotel nautisch kwartier, 80 kamers 12 vergaderzalen en 2 grote feestzalen tot 500 man is dat, en euh wij bieden vooral logies aan dat is onze core business.

Tharisha: oke, euhm wat is volgens u het huidige vrijetijdsaanbod in Huizen?

Niels: dat is heel laag, veel watersport

Tharisha: en verder?

Niels: euh er zit een ski zaak om ons heen en veel wandelroutes en fietsroutes

Tharisha: oke en wat vindt u ervan? Van het vrijetijdsaanbod?

Niels: ja prima alleen te weinig

Tharisha: en ziet u zelf kansen in huizen die niet benut worden euh maar die wel dus benut zouden kunnen worden?

Niels: ja

Tharisha: zoals wat dan?

Niels: nou in het nautisch kwartier waar wij natuurlijk zitten op zichstaan stuk daar is geen verbintenis met de binnenstad, dat stuk wat er tussen zit is nu onbenut en is niet aantrekkelijk helemaal niet voor toerisme en recreatie en ik denk dat dat een letterlijke barriere is

Tharisha: oke euhm hoe zou u dat dan zelf het vrijetijdsaanbod verbeteren?

Niels: ja dat is een goeie vraag, dat is een lastige vraag ook en dat is waar je onderzoek naar doet ook. Ja dan moeten we gaan denken aan mensen nadenken waarom ze een keuze maken om naar huizen te komen, wat heeft huizen te bieden. Naast de mensen die huizen al weten te vinden moeten we vindbaar zijn voor de onbekende mensen en dat we aansluiten op de wensen van deze bezoeker en dat begint altijd met een goeie bereikbaarheid en hier in huizen moet je dus eerst door een bouwterrein heen voordat je hier komt, veel mensen denken ook dat ze verkeerd gereden zijn of he ja je moet dus echt te gast zijn hier want je gaat het niet even opzoeken omdat het zo leuk is we zijn te klein laat ik het zo zeggen.

Tharisha: oke duidelijk. Heeft u zelf samenwerkingsovereenkomsten met andere bedrijven in huizen? of arrangementen?

Niels: amper, amper. We hebben met de haven van huizen onze boten hier liggen en dan nemen we natuurlijk 2 plaatsen af in de haven en wij doen zaken met de locaties om ons heen maar die zijn zeer beperkt

Tharisha: oke en hoe komt dat dan?

Niels: omdat er geen animo is, het is er wel en we prijzen het wel maar het zou veel meer kunnen en dat is ook de vraag van hoe gaan we dat doen.

Tharisha: ja precies, en bent u wel tevreden over de samenwerkingsovereenkomsten die u heeft?

Niels: ja zeker we zijn burenhier met zn allen zijn we 1 groot vuist af en toe

Tharisha: oke en hoe zijn ze tot stand gekomen?

Niels: dat is door jaren lang elkaar te vinden

Tharisha: oke duidelijk, euhm en met welke ondernemers zou u nog willen samenwerken in huizen? of wat voor type of sector?

Niels: euhm goeie vraag, weet ik niet met de lijn en waterschap dat we daar nog veel uit kunnen halen.

Tharisha: oke en heeft u ook ondernemers waarvan je zegt daar wil ik echt niet mee samenwerken?

Niels: nee, ik heb met kijk er is een zakelijke overeenkomsten en op dat moment denkt iedereen gwn zakelijk en professioneel mee en ik heb nog niet iemand ik ben nu 5 bijna 6 maanden dus ik denk

dat ik niet iedereen heb ontmoet maar ik denk dat ik wel 80 procent heb ontmoet en van die 80 procent zijn allemaal hartstikke leuke mensen joh.

Tharisha: en euhm wat zou u zelf goede combinaties vinden van ondernemers als je kijkt naar een arrangement voor de riviercruisetoerist?

Niels: ik als het hotel heb daar wel een machtspositie in en riviercruises met kamers aan boord ja dat is eigenlijk heel lastig om daar een samenwerking mee te doen, we kunnen wel op locatie een bevoorrading doen of euhm mensen uit de boot halen om op een locatie te eten dat ze beginnen in eindigen met een wandel route er zijn genoeg routes in huizen waarmee ze huizen kunnen leren kennen.

Tharisha: ja klopt. Oke en met hoeveel ondernemers zou u maximaal willen samenwerken voor 1 arrangement?

Niels: 1 ikzelf hahahaha, ja nee dat is heel eerlijk he en natuurlijk gaan de ondernemers om mij heen die gaan hetzelfde zeggen. Je gaat alleen uitwijken naar je burens op het moment dat je iets nodig hebt maar je houdt het natuurlijk liever voor jezelf en dat is puur zakelijk.

Tharisha: ja dat is wel zo

Niels: ja dat is business

Tharisha: dus u heeft niet een ondernemer op het oog waarvan u denkt nou met die kan ik wel iets moois mee maken?

Niels: nee niet op het oog nee, zeker in deze tijd niet

Tharisha: nee nu is anders helemaal anders natuurlijk

Niels: we hebben wel al om de tafel gezeten voor de huizer haven dagen met porterhouse en dickens naast ons om dat echt heel tof te maken ook met de gemeente omdat dat gewoon mijn directe burens zijn zo dichtbij zitten we op elkaar dus als ik dan moet kiezen kies ik voor mijn directe burens.

Tharisha: oke en wat vind u een goed concept voor een arrangement voor de riviercruisetoeristen en dan niet kijkend naar uw eigen bedrijf maar in het algemeen?

Niels: ja dat is een hele goeie vraag vind ik lastig in te vullen, het ligt aan de boten, de manier waarop ze varen wanneer ze varen hoelaat ze varen wat de doelgroep is en wat er wordt aangeboden aan boord.

Tharisha: en als ik bv vertel dat de doelgroep 65 plus is en buiten europa vandaan komt en in de middag aankomt

Niels: dan zou ik een fiets arrangement aanbieden

Tharisha: door huizen dan?

Niels: met e-bikes of dat er een keuze is dat is de doelgroep die dat leuk vindt want die gaan niet wandelen niet zulke grote stukken.

Tharisha: oke duidelijk, heeft u behoefte aan ondersteuning van de gemeente huizen op het gebied van arrangement ontwikkeling mbt de riviercruisetoeristen?

Niels: kan je die vraag herhalen?

Tharisha: haha ja, heeft u behoefte aan ondersteuning van de gemeente huizen op het gebied van arrangement ontwikkeling mbt de riviercruisetoeristen?

Niels: niet echt maar elke steun is er 1 dus ik zal altijd ja zeggen bv het verhuur van fietsen na afloop van een fietstocht wat komen eten maar goed dat kan je ook in de binnenstad van huizen doen.

Tharisha: oke duidelijk ja dat waren eigenlijk de vragen, heel erg bedankt!

Niels: graag gedaan ik hoop dat je er wat aan hebt.

INTERVIEWS REDERIJEN

LABELS

- Blauw** – Profiel riviercruisetoerist
- Paars** – Behoeftes en wensen riviercruisetoerist
- Rood** – Haven algemeen
- Groen** – Huizen haven
- Roze** – Huizen arrangement
- Grijs** – Prijs
- Bruin** – andere partijen (touroperators, DMC)
- Geel** – Boekingen

INTERVIEW EVERT KOSTER – AMSTERDAM CRUISE PORT

Tharisha: mag ik dit opnemen?

Evert: ja tuurlijk

Tharisha: wat is het profiel van de riviercruisetoerist?

Evert: dan pak ik even een documentje erbij. Dan kan ik dat doen. Want wij hebben Eind 2017 een onderzoek laten uitvoeren naar besteedbare inkomen van de riviercruisetoerist. Ik zit ff te zoeken naar euh dat stuk. Die zal ik je ook ff opsturen als ik dat nog niet gedaan heb.

Profiel van de riviercruisetoerist: ze komen vaak met hun partner dus niet alleen, het merendeel is 65 jaar of ouder en slechts 12 procent is jonger dan 45 jaar dat is eind 2017 uit de enquêtes gehaald. Ze hebben interesses in de iconische bezienswaardigheden dus waar nederland voor staat, dus het anne frank huis, het rijksmuseum en euh ze zijn georiënteerd op cultureel aanbod dus meer zien dan alleen maar mooie huisjes, ze willen ook echt cultuur erachter zien. Merendeel van de passagiers is gepensioneerd. Dat komt omdat wij een economische impact hebben laten doen dus het inkomen van de bezoekers is 80 procent van intercontinentale passagiers die ligt op 4000 dollar per maand. Het profiel van de riviercruise passagier is vergelijkbaar met die van de Donau regio. In 2016 is er een onderzoek geweest in de Donau regio en wij hebben het toen in acp regio laten doen en het profiel komt bijna overeen met dat wat er in de Donau regio is onderzocht. Als je even wacht stuur ik dat gelijk naar je toe anders vergeet ik dat straks ook weer.

Tharisha: is goed dankuwel.

Evert: dus die euhm ik zal ook eventjes euhm bedenken ik net heb ik ook nog resultaten van de interviews misschien kun je die ook gebruiken maar die moet ik ff opzoeken. Ik zal even een aantekening maken.

Tharisha: ja is goed

Evert: dan heb je in iedergeval een resultaat van de enquête die zij hebben gehouden. Dan kan je dat iedergeval gebruiken voor je onderzoek. Deze stuur ik iedergeval naar je door.

Tharisha: jaa is goed dankuwel. De tweede vraag is waar liggen hun interesses vooral? Als je dan niet per se kijkt naar wat ze op de reis doen, maar gewoon meer in het algemeen.

Evert: in het algemeen is het euh je moet onderscheid maken tussen bezoekers die voor het eerst komen en die terugkomen en vooral intercontinentale en duiste bezoekers daar moet je onderscheid in maken. De eerste bezoekers die willen vooral de iconische dingen zien dus die willen de Zaanse Schans zien, en die willen naar de keukenhof. En naar het anne frank huis, dus waar nederland om bekend staat he de iconische dingen. Mensen die op herhaald bezoek komen die hebben die dingen al de eerste keer gezien. Die zijn meer op zoek naar de nederlandse zaken dus de kleine steegjes, de historische of culturele zaken of gebieden die heel veel onder water hebben gestaan. Dus die zijn meer geïnteresseerd in hoe nederland eigenlijk is en de andere culturele aspecten. Als ze het anne frank huis hebben gezien gaan ze niet weer komen. Ze gaan naar de minder bekende zaken maar die wel staan voor nederland.

Tharisha: oke duidelijk, waar komen de meeste riviercruises toeristen vandaan?

Evert: ja uit euhm amerika, canada en australia dat zijn met namen de intercontinentale passagiers en uit europa vooral de Duitsers en dan een kleinere groep komt uit euhm ik zal even kijken of ik daar een overzichtje van heb. Intercontinentaal is 61 procent en Europees is 37 procent en euhm dan heb je nog nationale gewoon Nederland dat is 2 procent maar het grootste deel is intercontinentaal.

Tharisha: En in welke haven komen ze het meest aan en waarom die?

Evert: het meeste komen ze aan, ik zal je ook ff de statistieken opsturen van 2017 en 2018 en dan kan je zien zit een plaatje bij van de acp en dan zie je hoeveel aanlopen en hoeveel aantal passagiers en hoeveel bezettingsgraad er is. de grootste is Amsterdam en daarna komen Hoorn en Enkhuizen. En waarom dan die, als je naar Amsterdam kijkt heb je vaarroute via de Donau door naar de Zwarte Zee en Amsterdam en Donau gebied ze stappen op in het Donau gebied en varen dan naar Amsterdam en daar gaan ze terug naar huis toe. Of ze komen in Amsterdam en varen dan naar het Donau gebied en ga dan naar huis toe. Dus Amsterdam ligt aan het eind van de strekking Donau-Rein en daar natuurlijk een groot luchthaven ligt is dat waarom Amsterdam een grote aanloop heeft. Dus die intercontinentale mensen die beginnen hun reis in Amsterdam of eindigen het daar. En als je kijkt naar Duitse passagiers die hebben heel vaak dat ze in een rondreis die tour maken euh dan gaan ze vanaf Duitsland via de Rein en gaan ze weer terug via de Main of ze stappen op in Duitsland en gaan rond en dan door naar de Donau. Intercontinentale mensen zijn dus Amerika Australië dat is de grootste groep die komen aan in Amsterdam en vertrekken of die gaan via Amsterdam naar huis.

Tharisha: oke

Evert: dan heb je nog Hoorn en Enkhuizen. Hoorn ligt erg gunstig als je kijkt hoe je er naar toe kunt varen. En Enkhuizen moet je eerst door de sluis heen, maar die heeft een rijke historie en die heeft ook de ruimte om schepen te ontvangen en als je Enkhuizen binnen komt sta je meteen in het historische centrum. Dus dat is handig voor oudere mensen zodat je niet hoeft te lopen naar het centrum.

Tharisha: en is Huizen ook een populaire haven of dat echt niet?

Evert: nog niet. In 2017 zijn ze pas begonnen met de riviercruise toen is er een steiger aangelegd en zijn we samen bezig geweest met Leo Detering om te kijken hoe kunnen we Huizen onder de aandacht brengen dus gaat er elk jaar een brochure naar alle partijen om Huizen onder de aandacht te brengen en je ziet ook wel dat er nu meer aanlopen zijn geweest in 2019 in Huizen dan in andere jaren, alleen lang niet zoveel als...Huizen heeft in 2019 25 aanlopen gehad.

Tharisha: en hoeveel is dat in Amsterdam dan?

Evert: in Amsterdam daar was in 2019 waren het er 2229.

Tharisha: wow ja dat is wel een verschil.

Evert: ja maar als je dan kijkt naar Hoorn wat daarna de grootste is die heeft er iets van 380 gehad. Weet je dus het is echt een significantie verschil, Amsterdam is bijna de grootste riviercruise haven van Europa dus daar moet je het ook niet mee vergelijken. Maar dat heeft met name te maken omdat het een start en eindpunt is van de Rein en Donau reizen. Die boeken meestal twee weken en die varen dan van Amsterdam naar Wenen of Hongarije helemaal. De geografische ligging van Amsterdam bepaalt het aantal passagiers. Amsterdam is natuurlijk een magneet functie voor Nederland, als je over Nederland praat weet iedereen natuurlijk Amsterdam en een enkeling kent Rotterdam maar daar houdt het ook wel op. En het is dus veel meer voor de herhaal bezoekers dat de andere locaties ook interessant worden om te bezoeken. Want de mensen die de eerste keer komen die willen alleen Amsterdam dan willen ze de grachten bezoeken of Keukenhof en dat soort dingen willen ze dan zien. Maar Huizen is dus euh met 25 bezoekers verhelijikbaar met Haarlem en Alkmaar en dat soort medemblik. Die zijn allemaal in de hoeveelheden en je moet ook niet vergeten dat een touroperator 2 jaar van tevoren zo een tour maakt en de schepen huren en dan wordt het euh en in de brochures worden opgesteld, als mensen dan bij jullie binnenkomen is dat omdat er 2 jaar van tevoren Huizen is opgenomen in het vaar programma en in 2017 is Huizen pas bekend geworden als riviercruiseschip. dus in de eerste 3 a 4 jaar moet je eerst zien of Huizen interessant genoeg is om als locatie te worden gebruikt voor schepen om er langs te varen. En je ziet dat vanaf 2017 naar 2019 25

aanlopen is dat een behoorlijke groei en de euh beperkingen die er in amsterdam gaan komen dus bijvoorbeeld het aantal ligplaatsen en de toeristische belasting die 8 euro word. Je hebt turnaround he wat ik je net zei die mensen die intercontinental zijn die hoeven niet te betalen. Maar alle andere passagiers die in amsterdam aankomen wel moeten betalen als ze in amsterdam aankomen. En je ziet dat rederijen alternatieven gaan zoeken want er is een vrij kleine winstmarge en je moet dan nog is die 8 euro weghalen bij de toerist dan wordt het interessanter om als je het goedkoper wilt maken naar een andere locatie moet gaan in plaats van amsterdam. Dus dat ze wel naar amsterdam kunnen maar niet daar hoeven te liggen zodat ze 1. Geen belasting hoeven te betalen en 2. Geen dure ligplaatsen hebben.

Tharisha: oke

Evert: dus dat is in eerste instantie de grote groep die naar huizen zou komen de trendsetterpassagiers die zeg maar op doorreis zijn dus die niet aankomen of vertrekken in de regio. En euhm vanuit huizen naar amsterdam gaan of naar andere locaties. Dus eerste instantie worden jullie een soort hub worden, maar uiteindelijk als er goeie attracties zijn want je moet natuurlijk nu wel een eindje lopen voordat je bij de attracties bent. Ja dan als je een verbinding hebt dan is het interessanter voor passagiers om daarheen te gaan. Dus als het zo blijft verder ontwikkelen dan na corona en de riviercruise weer gaat groeien want het ligt nu allemaal stil, dat partijen omdat ze natuurlijk een financiële klap hebben gekregen door deze tijd dat ze nu gaan kijken van hoe gaan we het zo goedkoop mogelijk doen.

Tharisha: ja precies. Boeken ze van tevoren de activiteiten?

Evert: een deel wel. Als je bijvoorbeeld kijken naar de eerste bezoeker die komt en je wilt naar een kanaal of je wilt een rondvaart doen in amsterdam dan boeken ze dat vaak al van te voren. Een heleboel zaken worden pas aan boord geboekt. En dan moet je denken aan bv als je in huizen stopt en je woont in duitsland, en je weet niet wat er is dan kan je het ook aan boord boeken zodat ze kunnen wat ze leuk vinden om te doen en het hangt ook af van wat ze ervoor gedaan hebben dus als ze veel gelopen hebben dan hangt het er vanaf en ook waar ze zin hebben want als ze 4 keer een kasteel hebben bekeken dan gaan ze niet voor de 5^e keer. Dus dat soort zaken kunnen ook aan boord geboekt worden. En de iconische dingen zoals het anne frank huis enzo hebben vaak een tijdslot dus die boek je dan wel al van te voren. Want anders kom je aan in amsterdam en kan je 3 dagen later pas het anne frank huis in, ja dan ben je al weg.

Tharisha: ja

Evert: dus dat soort dingen worden vaak van tevoren geboekt dus de drukke iconische dingen.

Tharisha: en worden er ook weleens activiteiten in huizen van tevoren geboekt?

Evert: niet dat ik weet

Tharisha: oke

Evert: ik zal niet zeggen dat het niet gebeurd maar niet dat ik weet. En je moet het ook zo zien die 25 schepen die vorig jaar zijn aangekomen dat de meeste van boord zijn gegaan en op een bus zijn gestapt en naar amsterdam of keukenhof zijn gegaan en dat een enkeling geen zin had om meteen iets te doen en dat die op eigen houtje huizen zijn ingegaan om te kijken wat er is. Zelf zijn gaan lopen of naar de botterwerf zijn gegaan. Want als ze helemaal naar die straat moeten naar het oude huizen dan is dat best een flink end als je wat ouder bent te voet. Dus als daar geen alternatieve verbinding een treintje ofso dan gaat men niet zo een afstand lopen omdat huizen nog niet echt bekend is wat het nou echt te bieden heeft als iconische dingen heeft om te bekijken. Dus als je zegt ja hoe kan je huizen als passagier meer in huizen betrekken dan is dat de iconische zaken of de kenmerkende zaken vanuit nederlands oogpunt beschikbaar moeten stellen dat er aan boord ook kan worden verteld dat dat er allemaal is.

Tharisha: en wat denkt u dan dat in huizen iconisch is?

Evert: ja pff kijk euhm wat is kenmerkend van huizen, het is natuurlijk een agrarisch vissersdorp van ouds he, dus euh met name de dingen zijn die historisch cultureel zijn zoals oude dingen zien hoe het vroeger was authentiek hoe het echt was dat willen ze ook graag zien dus niet een modern gebouw dat kunnen ze overal zien. Maar euhm kenmerken authentieke gebouwen en straatjes als die er zijn

en kenbaar stellen zodat ze dat dus ook kunnen doen. Ja echt kenmerkende zaken in huizen het verhaal van de melkmeisje voor huizen heel kenmerkend en euh daar zou je iets mee kunnen doen maar dan moet je ook iets hebben wat ze kunnen zien want een mooi verhaal, is niet genoeg. Dus er moet iets zijn dat je daar naar toe kan he. Dat je dus wel iets hebt dus niet zoals mannekepis alleen een mini standbeeldje hebt staan want ja dan komen de mensen er niet naar toe. Als het maar bijzonder is bijvoorbeeld een museum ofso of dat authentiek is voor die regio wat je ook niet veel ziet. Dan zijn mensen wel bereid om er heen te gaan.

Tharisha: maar zouden ze dan bv niet geïnteresseerd zijn in een wijnproeverij en kaasmaken op de botterwerf?

Evert: de botterwerf is dan hetgeen wat trekt he want dat zie je op de strekking van de donau en amsterdam niet zo gek veel. Dat is anders en authentiek voor huizen, de oude schepen van vroeger. Dus dat is een trigger wat een passagier zou doen. Dus dat is anders en dan kan je er wat omheen bouwen dus met wijn en kaas ofs dat is dan een plus. Het is niet zo dat je specifiek naar een wijnproeverij en kaasmaken in huizen gaat de botterwerf trekt de passagiers juist.

Tharisha: oke duidelijk. Waar boeken ze de activiteiten als ze die van tevoren boeken?

Evert: bij de touroperator, de Duitsers doen bijna alles bij een reisbureau helemaal in vergelijking met andere landen, Nederlanders Frans etc. doen heleboel via online boekingen en Duitsers bijna alles via een reisbureau en gaan daar dan heen en doe dan een keuze voor een vaarttocht die ze dan willen maken en dan bespreken ze ook de iconische dingen die ze willen zien. Duitsers is de grootste Europese groep dat is 37 procent en ik denk dat 20 of 25 procent wel Duitsers zijn dus die gaan met name via de reisbureaus, dus dat betekent dat de touroperator heel duidelijk met de reisbureaus moeten communiceren. De Amerikanen die doen het voor een groot deel via een reisbureau maar die gaan van te voren wel altijd eerst zoeken wat ze willen doen. Dus kijken van wat is er te doen dat doen Amerikanen en Australiërs ook en de Duitsers die wilt echt een riviercruise doen en dan gaan ze met een reisbureau kijken van wat is er allemaal te doen onderweg. Dat is het verschil.

Tharisha: en als je kijkt naar soorten activiteiten, vinden ze dan amusement leuker of dat ze iets leren of iets met kunst?

Evert: ja met name als je praat over dingen doen dan is het niet eens zo zeer een activiteit of dingen doen of iets leren maar meer of het uniek is dus als je da vaarroute in Amsterdam of de Donau pakt dan heb je natuurlijk allerlei plaatsen die historisch gezien mooi zijn daar kom je duizenden van, maar waarom zou je bijvoorbeeld in huizen willen stoppen of daar naar toe willen gaan. Dat is omdat het uniek is of iets authentieks dat je nergens anders ziet, zoals de botterwerf dat is iets wat je de hele tocht niet tegen komt dus dat is uniek dat is anders. Dat lijkt me ook leuk, het heeft niet zo zeer te maken met een activiteit of iets leren maar of iets echt uniek is. Dan gaan ze per 4 of 5 mensen naartoe en dan gaan ze koffie drinken en een stukje appeltaart eten bij lokale mensen thuis, en die lokale man of vrouw die vertelt hoe het vroeger aan toe ging. Dat vinden de passagiers ontzettend leuk om te praten met lokale mensen, dat gebeurt op weinig plekken dus dat is uniek en die dingen zijn ook altijd uitverkocht, want je hebt natuurlijk niet 100 mensen die dat allemaal kunnen doen dus dat is niet zo zeer een activiteit maar het is wel heel uniek.

Tharisha: en euh zijn de toeristen liever actief of passief tijdens een activiteit?

Evert: dat verschilt je merkt dat de 65 jarige van nu natuurlijk anders zijn dan 10 jaar terug ze zijn actiever. Er kunnen dingen gedaan kunnen worden maar een groot deel is natuurlijk ook 75 jaar of 80 jaar het is een groot deel dat 65 plus is dus als je kijkt naar hoe actief is en dan naar de intercontinentale gasten die zijn wel echt wat ouder en die verwachten dat alles voor ze geregeld is en dat ze dus ook weinig hoeven lopen voordat je er bent dus die verwachten dat er vervoer staat en je dan nergens bent en er is dan een activiteit wat je moet doen en je hoeft maar een kort stukje lopen of doen dan zijn ze wel geïnteresseerd maar moeten ze lang lopen dan niet. Dus het is veel meer naar als je kijkt naar de intercontinentale passagier dat het gemakkelijk moet zijn want waarom kiest zo een passagier voor cruisetocht is dat die dingen kan zien zonder dat ie elke keer hoeft te reizen en dingen zelf moet doen en zn hotel uitmoet gaan en de boel weer moeten inpakken want hij neemt zn kamer nu gewoon mee dus ze zoeken echt gemak. Als het gemakkelijk gaat dan vinden ze het leuk maar als

je veel moet lopen of trappen op of bus in en uit dan worden ze heel erg klaar zijn en dat ze het niet willen. Hoe makkelijker het wordt gemaakt en dan maakt de activiteit dus niet zoveel uit. Authentiek speelt wel mee maar het moet wel gemakkelijk gaan.

Tharisha: oke duidelijk. En wat geven ze gemiddeld uit aan een arrangement of activiteit?

Evert: ja dat is lastig te zeggen want als je kijkt naar een boottocht op de grachten en je bent daar een uur mee bezig dan betalen ze daar met vervoer er naar toe 35 euro per persoon dus euhm maar gaan ze naar de keukenhof en ze hoeven dan half uur in de bus en dan keukenhof zelf door wat ook 25 euro kost ja dan ga je al gauw richting de 50 euro praten maar dan ben je ook wel 2 of 3 uur onderweg met lopen en doen. En dat is een iconisch iets dus daar zijn ze dan wel bereid om meer te betalen. Als je een looptocht doet dan willen ze minder uitgeven omdat ze veel zelf moeten doen dus met gidsen in huizen maar dan moeten ze er ook naar toe en de gids en dan is 20 euro de max. het hangt dus af van hoe iconisch. Of hoe uniek is het en wat krijg je er allemaal voor.

Tharisha: dus de prijs hangt af van hoe authentiek het is dan? Dus het is niet perse heel belangrijk voor ze?

Evert: nee want als je kijkt naar euhm als ze bv op bezoek gaan bij de lokale bevolking dan betalen ze maar iets van 15 euro per persoon ofso en zo een bezoeker krijgt dan 10 euro en to dan iets van 5 euro. Het is exclusief dus dat is ook belangrijk. Als het exclusief is willen ze er ook voor betalen. Dus authentiek en exclusief zijn met name de dingen waarbij je meer kunt vragen dan bij de grote dingen, maar over het algemeen vergelijkbaar met een Nederlander. En wat er bij komt is ook belangrijk krijg je wat te drinken of eten? Ga je ergens naar binnen toe wat geld kost.

Tharisha: oke en denkt u ook dat ze geïnteresseerd zijn in een arrangement met overnachting in Huizen?

Evert: dat denk ik niet want huizen zal alleen doorreispassagiers vooral vanuit europa en dan soms de intercontinentale passagiers die denken ik ga nog ff wat doen voordat ze naar schiphol gaan of de mensen die voordat ze naar amsterdam gaan nog wat gaan doen. Of als het trendsetter passagiers zijn die gaat omdat het makkelijk is en dus niet steeds moeten reizen. Dus alleen mensen die aan het einde van de rit zijn die misschien zouden willen overnachten dus dat zullen er niet zoveel zijn ben ik bang voor.

Tharisha: oke en wat is volgens u het perfecte arrangement voor de riviercruisetoerist in huizen?

Evert: ja wat ik je net al zei iets unieks en authentieks dus als je zegt we gaan naar de botterwerf dan brengen we je daarnaar toe want dat is natuurlijk om de hoek en die zijn daar geweest sochtends een kopje koffie doen met iets lekkers en lokaals en je brengt ze dan met de elektrische trein naar het oude dorp met het melkmeisje gebied om dingen te laten zien. Ze hebben ongeveer 4 uur de tijd om dingen te bezoeken want daarna gaan ze terug om te lunchen en dan zijn er een aantal die smiddags nog op excursie gaan en dan gaan ze weer aan boord eten en dan daarna gaan ze naar de volgende bestemming. je hebt dus 2 uur 3 uur de tijd hebben om iets aan te bieden. Een touroperator moet er voor zorgen dat er zoveel mogelijk geld wordt uitgegeven in die tijd en er zijn dus 2 tijdsblokken per dag van 3 vier uur max. het perfecte arrangement is dus iets authentieks aanbieden dat makkelijk te bereiken is en wat die 2 of 3 uur volmaakt zodat ze optijd terug zijn aanboord.

Tharisha: En stel, ik ga arrangementen aan bevelen van de gemeente aan de gemeente zou de rederijen dan ook bereid zijn om die euh te promoten of bekend te maken tijdens de riviercruises?

Evert: dan zullen ze dus moeten weten dat die er is dus dat moet je dan bekend stellen van dit is er allemaal. Punt 2 als het een arrangement is in een busje en je gaat dan naar het melkmeisje en dan naar de botterwerf en dan daar wat drinken en dan weer terug naar de boot. Moet je er rekening mee houden dat er aan boord makkelijk betaald voor kan worden dat het dus niet zo is dat iemand van boord mee moet gaan naar de botterwerf om dan nog te betalen. Het moet dus makkelijk zijn voor de to aan boord om dat te verkopen. Dus je verkoop deel moet je ook goed regelen. En dat kun je dan ook prima doen met een dmc he die regelt dingen op locatie, die zorgt ervoor dat de passagiers etc de trip kunnen doorlopen zo gemakkelijk mogelijk. Een dmc die zorgt voor een to alles

goed loopt. Dus als je arrangementen wilt samenstellen praat dan ook met een dmc om te kijken of het authentiek en uniek is. Zodat een dmc ook kan zeggen dat ze het goed vinden.
Tharisha: oke duidelijk. Euhm dan waren dit eigenlijk mn vragen. Heel erg bedankt!
Evert: graag gedaan geen probleem.

INTERVIEW NICO ARNTS FEENSTRA LIJN

Tharisha: de eerste vraag is euh zou u het gemiddeld profiel van de riviercruisetoerist kunnen beschrijven?

Nico: euh senioren, 60 plus

Tharisha: en over het inkomen en de interesses bijvoorbeeld

Nico: geen idee

Tharisha: oh dat weet u niet?

Nico: nou ik weet niet van mijn passagiers niet wat voor inkomen ze hebben, daar heb ik echt geen idee van, hoeft ik ook niet te weten. Om heel eerlijk te zijn was jij in eerste instantie van plan langs de boten zelf te gaan toch

Tharisha: ja klopt

Nico: nou dan had ik je niet toegelaten met zulke vragen

Tharisha: wat dan

Nico: omdat wij dat niet willen vragen aan onze passagiers.

Tharisha: nee maar meer van wat is het gemiddeld besteedbaar inkomen niet precies wat je verdient maar gewoon dat je een beeld heb van hoeveel hebben die mensen te besteden bijvoorbeeld hebben ze meer te besteden of juist minder

Nico: nou ja goed iedereen die een riviercruise maakt heeft wel wat meer te besteden als je het zo bekijkt

Tharisha: en weet u misschien ook wat voor interesses ze hebben en wat de gemiddelde leeftijd is?

Nico: nee wij houden de leeftijd niet bij maar dat zeg ik al het is gegarandeerd 60 plus dus achter in de 60

Tharisha: oke duidelijk, en de interesses weet u daar iets van?

Nico: niet in het bijzonder, maar ik weet wel is dat de interesse vooral in culturele bezienswaardigheden dat die toenemen, vroeger ging het de mensen meer om de gezelligheid aan boord en het varen en bij elkaar zijn en tegenwoordig hebben ze ook aandacht voor wat er aan wal is en gaan ze daarnaar toe

Tharisha: oke duidelijk euhm weet u waar de meeste riviercruisetoeristen vandaan komen?

Nico: ja voor ons wel, nederland en belgie

Tharisha: en heeft u ook buiten nederland en belgie veel toeristen of valt dat wel mee?

Nico: ja hebben we ook, in zwitserland hebben we en veel Duitsers en enkele Fransman en Amerikanen maar niet veel. In tegenstelling tot de andere collega's die wel veel met Amerikanen varen. Wij verkopen ons producten zakelijk op de Nederlandse markt

Tharisha: ja klopt, daarom komt het dus ook dat er vooral Nederlandse klanten zijn?

Nico: als ik mn reis daar verkoop doe ik dat ook maar wij zijn gewoon meer geïnt op de Nederlandse markt

Tharisha: en in welke haven komen de meeste riviercruisetoeristen aan?

Nico: arnhem

Tharisha: arnhem, die heb ik nog niet gehoord

Nico: dat is de grootste riviercruisehaven in nederland

Tharisha: en waarom denkt u dat daar dan de meeste riviercruises aankomen en niet bijvoorbeeld amsterdam

Nico: dat heeft te maken met nationaliteit natuurlijk, als je in arnhem inscheept en je vertrekt dan ben je meteen op de rivier, als je in amsterdam neemt dan ben je 2 dagen verder voordat je bij de Duitse grens bent, en de anderen die je gevraagd heb dat de Amerikanen of Australiërs of een andere nationaliteit en die maken in de meeste gevallen dan een enkele reis van amsterdam naar budapest ofso en die schepen in in amsterdam en vanuit daaruit vertrekt de reis en die ons schepen dan niet weer in amsterdam we hebben wel een enkele reis die in amsterdam inscheept maar de meeste komen dus aan in arnhem.

Tharisha: en is huizen ook een haven waar schepen aankomen?

Nico: heel af en toe

Tharsiah: weinig dus?

Nico: ja

Tharisha: En weet u ook waarom?

Nico: dat komt ook vanwege dat het net is gebouwd dus het is vrij nieuw en programma's worden allemaal ver van te voren gemaakt dus het is niet zo dat we volgende week in huizen kunnen komen met een programma, het duurt 2 jaar voordat het in het programma is opgenomen en bovendien hebben we graag een variërend programma dus we komen wellis in huizen maar niet zo heel vaak.

Tharisha: boeken de riviercruisetoeisten al van tevoren activiteiten?

Nico: nee aan boord van het schip

Tharisha: en hebben ze ook wellis iets geboekt in huizen?

Nico: dat weet ik niet want dat doen wij niet. Wij zijn een reisorganisator en wij delen programma's samen maar de scheepseigenaren zelf die regelen de uitstappen en de excursies.

Tharisha: weet u wel welke activiteiten er geboekt worden? Of dat ook niet?

Nico: in huizen bedoel je?

Tharisha: ja in huizen

Nico: moet ik even vragen aan mijn dames een moment. Ik zal het zo even voor je vragen. Het zijn er maar 1 of 2 die naar huizen gaan maar dat weten hun wel. Het wordt even nagekeken.

Tharisha: oke top. Worden de activiteiten dan bij jullie geboekt of bij het schip zelf?

Nico: bij het schip zelf daar hebben we geen bemoeienis mee

Tharisha: en wat voor activiteit trekt de riviercruisetoeist het meest aan? Willen ze iets dat amuseert of iets dat ze wat leert of iets met kunst?

Nico: euh ja ik denk leren ja leren euh musea en stadswandelingen zijn altijd erg gewild en ja euh het is maar net wat er aangeboden wordt. Echt amusement wta je zegt geloof ik niet en door de leeftijd van de mensen echt actieve dingen zoals fietsen van de normale reizen stapt niemand op de fiets

Tharisha: en ook niet op de e-bike dan?

Nico: nee

Tharisha: oke maar willen ze dan wel wandelen?

Nico: ja een wandeling maar niet zo lang he want ik ben zelf ook een beetje die leeftijd en er zitten ook mensen van 75 plus bij en die mensen zitten op een riviercruise omdat het comfortabel reizen is van de ene naar de andere plaats dus ja ze komen op een hele gemakkelijke manier reizen kiezen trekt die keuze ook door op wat ze aan wal doen als wij in Duitsland een bezichtiging van een kasteel ofso en dat kasteel staat een beetje op een berg en bestaat uit kleine trappetjes dan hoor ik ze nu al klagen. Dat moeten we niet doen het dus niet teveel moeite kosten wat ze op wal organiseren

Tharisha: oke duidelijk dus als je kijkt naar of ze actief of passief zijn dan zijn ze dus liever passief?

Nico: ja passief

Tharisha: en wat zijn de belangrijkste aspecten van een arrangement als je kijkt naar de riviercruisetoeist? Dus prijs of kwaliteit ofs

Nico: euh nee hoelang het duurt niet er hoeft iedergeval geen eten of drinken bij zitten want dat is aan boord zelf. Het aanbod moet eigenlijk zijn dat klinkt een beetje raar maar zo een scheepseigenaar of degen die dat organiseert aan bod die moet het inkopen, ik ga nu even naar een bus is niet hetzelfde maar als vergelijking. Als ik nu naar een bus ga en hij moet die mensen erin zetten en hij heeft moeite die bus vullen maar moet het betalen dan denkt ie ook ik doe het niet meer dus eigenlijk is het zo dat er geen garantie aan moet hangen dus ze moeten betalen voordat ze iets gaan doen dus hij moet een gewild iets inkopen, hij moet dat met enthousiasme kunnen verkopen en overgeven en de een is er beter in dan de ander, ik heb dat zelf ook gedaan vroeger ook gedaan met een vliegtuig van 5 man heb ik elke week 140 mensen kunnen overhalen om daar in te gaan het is wel een kunst om die mensen te bewegen om zo iets te doen wat het ook is. Ik weet niet wat ze in huizen allemaal hebben hoor, zijn die in Muiderslot dichtbij?

Tharisha: ja klopt

Nico: als ik het goed heb gaan ze naar het Muiderslot daar maar dat is dan weer niet in huizen natuurlijk. Ik hoor net dat er tot op heden geen activiteit is gedaan.

Tharisha: oke dus er is eigenlijk helemaal niks

Nico: nee

Tharisha: weet u wat ze gemiddeld uitgeven aan een arrangement of activiteit?

Nico: euh ja, dat is afhankelijk wat het is maximaal 25 euro en dan heb ik het gewoon over iets van enkele uren ze hebben ook wellis een bezoek aan een museum dat is dan 10 euro want dat is dan de entree prijs

Tharisha: stel ze gaan bijvoorbeeld iets speciaals doen zijn ze dan bereid meer uit te geven?

Nico: ons publiek niet

Tharisha: dus de prijs is dan best wel belangrijk voor hun?

Nico: ja de prijs is wel belangrijk voor hun, en we hebben in ons programma 1 excursie en die kost over de 100 euro met alle maaltijden dat is een dagexcursie en die mensen vinden het allemaal hartstikke mooi hoor maar ook veel te duur. Kijk het is ook hoe je ermee omgaat zoals vaste klanten die zijn bij ons gewend dat ze niet heel veel moeten betalen maar ik weet dat er ook collega's zijn die dan met buitenlandse passagiers daar word voor dezelfde excursies die wij aanbieden het dubbele gevraagd

Tharisha: oh ja dat is dan wel apart

Nico: naja het verdienmodel zit ook meer op de excursies he

Tharisha: wat is volgens u het perfecte arrangement voor de riviercruisetoerist in huizen

Nico: dat weet ik niet want ik ken huizen helemaal niet

Tharisha: en euh als u nou kijkt dan naar het algemeen

Nico: zo in het algemeen dingen die het goed doen is een bakkerij bezoeken iets waar iets getoont word of een wijnproeverij doet het goed en stadswandelingen ook altijd erg goed en een rondvaart dat kan maar dat is in amsterdam meer. In huizen weet ik het niet zo goed maar huizen is ook een beetje gecreerd als alternatief van amsterdam en je ziet vaak dat gebeurt nu ook met lelystad dat ze dan daarheen gaan om de toeristenbelasting te ontloopten en een betere ligplaats hebben

Tharisha: dus stel ik ga dan aanbevelingen geven aan de gemeente wat ze aan kunnen bieden komt dat dan pas over 2 jaar in het programma?

Nico: ja we zitten op dit moment in 2020 en wat vertraging door het corona maar de amerikaanse rederijen die zijn nu al bezig met 2022 en wij zijn nu ons programma aan het maken voor 2021 daar zijn we bijna mee klaar. Daar kan natuurlijk wel nog wat aan toegevoegd worden maar hij is bijna helemaal rond

Tharisha: oke duidelijk

Nico: jij doet dit toch in opdracht van de gemeente maar daar zal de gemeente zelf toch niet doen dat aanbod

Tharisha: ik moet zeg maar aanbevelen wat er te doen is en hun gaan dan in gesprek met de ondernemers

Nico: oke ja ik snap het, maar er zijn allemaal onderzoek naar wat je aan mij vraagt dat staat daar allemaal in uitgewerkt

Tharisha: weet u ook waar ik die kan vinden?

Nico: nee maar ik weet wel dat acp er een heeft

Tharisha: ja klopt die heb ik ook

Nico: de gemeente hoorn weet ik ook zeker, rob vrolijks bijvoorbeeld zijn nummer is 06*****

Tharisha: en het email?

Nico: info@vrolijks.nl

Tharisha: oke top bedankt dan gai k die even mailen. Nogmaals bedankt voor uw tijd.

Nico: graag gedaan!

INTERVIEW GEMEENTE HUIZEN

LABELS

- Blauw** – Primaire stakeholders
- Groen** – Vrijtijdsaanbod
- Roze** – Initiatieven en ontwikkelingen
- Grijs** – Ondersteuning gemeente Huizen
- Paars** – Concept arrangement
- Geel** – Riviercruisetoerist
- Rood** – Haven van Huizen

INTERVIEW LEO DETERING – TEAM BELEID

Tharisha: kan ik dit opnemen?

Leo: ja tuurlijk

Tharisha: oke de eerste vraag is, wie zijn de primaire stakeholders?

Leo: alle ondernemers die bijdragen aan het vrijtijdsaanbod. En dat is natuurlijk breed want dat zijn mensen uit de horeca, dat zijn winkeliers die winkels hebben zeg maar euh een toeristische attractie hebben dus bijvoorbeeld de vintage winkels of antiekwinkeltjes dus niet in principe de hema en de h&m maar de vintage achtige winkels, dus winkels die zeg maar in kunst en cultuur en gadgets actief zijn. en de horeca heb ik al gezegd euhm en in feit kan je ook zeggen dat culturele ondernemers dus theater bedrijfjes of musea, dat zijn ook kleine bedrijfjes maar de culturele organisaties en kunstenaars kan je hier ook aan koppelen. En hoe kom ik daar op, dat wil ik ook even toelichten dat is in het verleden zijn er onderzoeken geweest die jij inmiddels al kent, onderzoeken van decisio en van de mra onderzoeken en van de acp onderzoeken. Die geven al aan wat de interesse gebieden zijn van de cruisetoeristen en zo kom je stakeholders. De stakeholders bedenk je dus niet eerst nee, de stakeholders komen in beeld wanneer je weet wat euhm euhm wat zeg maar de omschrijving en de wensen zijn van de bezoeker waar ze geïnteresseerd in zijn. en daarom zijn die stakeholders, waarom zijn zij ze waarom zijn ze de stakeholders, omdat zij juist in het interesse gebied liggen van de toerist.

Tharisha: ja oke, euhm kunt u ook een paar stakeholders opnoemen die in huizen voor het vrijtijdsaanbod van de riviercruisetoerist zorgen?

Leo: ja dat zouden kunnen zorgen, de kunst en culturele ondernemingen zoals de krachtcentrale waar niet alleen horeca zitten maar ook kunstenaars en gallery houders. Maar ook de horeca in het oude dorp euhm het museum, dat is ook een kunst en culturele organisatie afhankelijk van hoe zij zich presenteren.

Tharisha: oke, en hoelang zijn de primaire stakeholders gevestigd in Huizen?

Leo: ja dat is heel verschillend want een aantal van de stakeholders die in de interesse vallen van de toerist die hebben ook een lokale maatschappelijke functie, dus die waren dus al een langere tijd hier in de lokale samenleving aanwezig zijn. dus die hebben in het lokale leven al een functie hebben. Wij hebben geen organisaties in huizen gevestigd die speciaal voor cruisetoerisme euhm om daar op in te spelen. Dat is nog een gemis omdat euhm we nog in een redelijke beginfase zitten en omdat het nog onduidelijk is wat het voor omzet kan bieden voor een ondernemer.

Tharisha: oke, maar zijn er wel al primaire stakeholders die nu al zorgen voor een vrijtijdsaanbod in huizen, dus die nu al dingen doen voor ze?

Leo: jaa dat zijn in iedergeval de horeca in het nautisch kwartier en het fletcher hotel die fietsen en bootjes verhuurt en facilitieten voor terras bezoek, en het museum is een partij die een aanbod kan leveren en de botterwerf met de smederij waar we ook al een soort actieplannetje van hadden gemaakt wat nu helaas vanwege de corona crisis even in het water aan het vallen is. En de winkeliers die de wel zijn en die ook de kansen zouden oppakken die houden het nog even afweten.

Tharisha: oke en voor hoelang zetten deze stakeholders zich al in voor de riviercruisetoeristen? Voor het vrijetijdsaanbod.

Leo: kortdurend tot niet, ik wil het ook even toelichten als ik bv met het museum of met de botterwerf gesproken heb en de kans die ze hebben om in te spelen op het cruisetoeerisme dus bv door het organiseren van wandelingen, bottertochtjes, euhm oude ambachten visrokerij. Dan hebben ze tot nu toe gezegd dat ze dat niet willen doen omdat dat alleen maar geld zou kosten en niks zou opleveren. En daarmee hebben zij niet de ondernemers de handschoen opgepakt.

Tharisha: oke duidelijk, euhm en wat bieden die stakeholders dan nu momenteel speciaal aan aan de riviercruisetoerist?

Leo: niet

Tharisha: gewoon niks?

Leo: nee niks

Tharisha: dus niemand doet eigenlijk echt iets?

Leo: behalve euh wat kleine activiteiten als het aanbieden van verhuur fietsen en de smederij die demonstraties willen aanbieden en verder zijn er geen speciale activiteiten bij ons bekend die door ondernemers of culturele organisaties in huizen speciaal voor de riviercruisetoerist worden aangeboden, dat is ook een van de punten waar we juist inzicht in willen krijgen, wat moeten we nou doen om de crusevaart bezoekers in huizen te krijgen om wat te doen.

Tharisha: oke en weet u ook wat hun mening is voor het vrijetijdsaanbod?

Leo: nee dat hebben we niet onderzocht, maar hoe we in gespreksituaties zijn geweest is dat euhm er wel over gesproken wordt maar dat er tot nu toe weinig ontwikkeling en resultaat heeft geleid.

Tharisha: oke euhm even kijken hoor. Dus er zijn geen samenwerkingen of initiatieven door de primaire stakeholders zelf al opgezet om de riviercruisetoerist aan te trekken?

Leo: ja dat klopt

Tharisha: en waarom doen ze dat dan niet zelf? Omdat ze denken dat er geen geld valt te halen?

Leo: ja dat is een lastige dat is een beetje een kip en ei verhaal, ondernemers zeggen ja dan moet ik investeren en geld besteden en wat levert het me op? Dus die willen eigenlijk al voorhand een omzetgarantie hebben voordat ze een activiteit gaan ontwikkelen en dat is het lastige erin want de riviercruisemensen komen niet als er geen leuke attracties of aanbod is en de ondernemer gaat pas een aanbod ontwikkelen als ie weet dat de mensen komen dus dat is het lastige, een beetje het kip en ei verhaal van wat was eerst en wat is eerst nodig.

Tharisha: oke, en weet u wel of de stakeholders bereid zijn om iets te ontwikkelen voor de riviercruisetoeristen?

Leo: nee dat weten we niet, we hebben wel een aantal keren een presentatie gehouden en mensen uitgenodigd om met initiatieven te komen maar dat heeft helaas tot op heden niks opgeleverd.

Tharisha: euhm, zou de gemeente ondersteuning bieden betreft subsidies, regelgeving en vergunningen aan de ondernemers stel ze willen wel iets doen?

Leo: binnen de wetkaders willen we daar zeker ook in helpen en afhankelijk van en wat er gesubsidieerd moet worden is het college wel altijd bereid om ernaar te kijken dat betekent niet dat we op voorhand een ja kunnen geven maar dat we er wel altijd naar willen kijken of dat ook kan want je hebt natuurlijk ook te maken met met wilt u dit of dat subsidieren dan kan het ook staatsteun zijn en dat mag dus niet dus je moet heel goed kijken wat gesubsidieerd mag worden en welke steun je zou kunnen geven, we kunnen iedergeval met adviezen dus procedures en vergunningen etc en ontheffingen daar kunnen we in meedenken om ze zo goed mogelijk te helpen.

Tharisha: wat zijn bijvoorbeeld de eisen om een van die drie dingen te krijgen?

Leo: dat hangt dus weer af van wat er precies gezocht wordt. Dat is op voorhand lastig te geven net als wat ik zei het geven van staatsteun is verboden dus je kan niet zomaar een organisatie geld geven om iets te ontwikkelen waar ze geld gaan verdienen, wat je wel zou kunnen doen is als het gaat om randfaciliteiten dus als voorbeeld als het museum geen geld heeft voor geluidsdrager te kopen die ze kunnen verhuren of uitdelen aan mensen tijdens een wandeling waar je duits engels of frans wordt verteld dan euh als je die geluidsdragers moet aanschaffen dan kan ik me voorstellen dat een

museum dat niet kan dan kan ik me voorstellen dat ze aan de gemeente vragen om de culturele activiteiten voor toerisme kunnen helpen met een bijdrage voor de geluidsdragers

Tharisha: oke ja gister had ik een interview met de botterwerf en toen vertelde ik dat ik euhm als concept arrangement samen met nog een ander interview had bedacht dat ze een wijnproeverij op de botterwerf konden doen maar hun vertelde mij toen dat ze geen horeca op het terrein mogen doen door het bestemmingsplan maar stel ik geef dat als aanbeveling zou dat dan veranderd kunnen worden of is dat iets wat gewoon nooit zou gebeuren?

Leo: nee dat euh ik zeg niet dat dat nooit veranderd kan worden maar dat moet dan wel besproken worden met het bestuur of daar mogelijkheden toe zijn en ik weet iedergeval wel dat de wethouder toerisme ronald boom waar we gezeten hebben die heeft ook al mensen met de botterwerf al gesproken en gezegd van goh als jullie dingen willen ontwikkelen en jullie lopen tegen dingen aan kom daarmee dan ga ik kijken hoe wij daar eventueel een mouw aan kunnen hangen of toestemming kunnen geven als dat nodig is waarbij het wel gelijk zei dat hij niet alles toestemming kan geven maar hij het ieder geval probeert en onderzoek wilt doen om te kijken of dat gaat lukken. Dus het is niet op voorhand een nee of een ja maar we willen we gaan kijken of er serieus iets te regelen valt als dat een serieus aangelegenheid is

Tharisha: oke maar mag ik het dan nu wel als aanbeveling geven in mn onderzoek ondanks dat er nu geen toestemming voor is?

Leo: ja dat mag je zeker aangeven dat daar waar ontwikkelen onder beperkte maatregelen aankomen dat euhm wenselijk is dat de gemeente in overleg met de betrokken partijen in overleg moet komen

Tharisha: oke top, ik heb dan ook nog een paar vragen over de riviercruisetoeristen zelf. Hoelang zijn ze nou in huizen? want in elk interview wordt wat anders gezegd.

Leo: het is het eerste jaar dat echt draaiend was was 2019

Tharisha: en hoelang hadden ze de tijd in huizen?

Leo: dat was verschillend maar dat zou je kunnen nakijken in de zegmaar in de agenda van 2019 als die niet meer op de website staat kan je die bij de havenmeester opvragen maar dat verschilt meestal met een dagdeel of een avond, een dagdeel is 4 uur en dat kan soms meer of minder zijn.

Tharisha: oke en klopt het dat een riviercruiseschip een all inclusive concept heeft?

Leo: in de meeste gevallen is dat correct

Tharisha: en zit daar dan alles in?

Leo: ja daar zit alles in all inclusive concepten heeft alles overigens ter aanvulling we hebben niet alleen de riviercruiseboten maar ook de fiets vaar boten en dat zijn mensen die met hun fiets op zo een boot zitten en rondje ijsselmeer maken en dan in verschillende havens aankomen en weer naar de volgende haven fietsen die kunnen gebruikmaken van de lokale horeca of de lokale winkelcentra en dan worden ze weer opgepakt op een boot en dan gaan ze daar weer slapen en die hebben wij ook regelmatig dus riviercruise en fietsvaarboten.

Tharisha: oke en hoeveel mensen zitten er op zo een boot?

Leo: de euhm fietsvaarvakanties variëren tussen de 20 en 50 en de riviercruiseboten de echte grote dat varieert tussen de 100 en 250 man.

Tharisha: maar euhm is huizen nou een tussenstop of is het echt waar ze uitstappen?

Leo: nee huizen is nog geen onderdeel van het programma vaak is huizen of een eerste tussenstop of een gedeelde tussenstop en dan vaak vanuit huizen naar amsterdam gaan of andersom omdat ze niet de nacht in amsterdam kunnen doorbrengen dus dat kan zijn dat ze naar enkhuzen of hoorn zijn of naar duitsland maar huizen heeft niet de status van een volwaardig statsbezoek wat ze dus wel doen als ze bv naar hoorn gaan want dan gaan ze daar het oude dorp bezoeken en in dusseldorf gaan ze het winkelcentrum bezoeken dus huizen is meer een tussenstop plaats of als er geen plaats in amsterdam is dan gaan ze naar huizen dan met de bus naar muiderslot of amsterdam dus een soort voor[portaal van amsterdam maar ze komen niet in huizen omdat er nog geen volwaardig programma plaats is.

Tharisha: en euhm wat lijkt u zelf een goed concept voor de riviercruisetoeristen?

Leo: wat bedoel je daarmee?

Tharisha: wat zou u goed vinden of passend vinden?

Leo: nou ja als ik kijk naar waar ze in geïnteresseerd zijn zijn dat kunst en culturele activiteiten dan denk ik dat er kansen liggen voor het museum en het oude dorp want we hebben best veel culturele en historisch gebouwen waar veel te vertellen is en verder als ik kijk naar oude ambachten zoals kaasmaken of de oude slager met streekproducten euhm en dan denk ik ook dat als we wat langer en jongere mensen fietstochten kunnen aanbieden door het gooi maar ook de krachtcentrale die ook een gallery en kleine ambachten hebben met zilver en goud juweliërs dat valt allemaal in de interesses van de riviercruisetoeristen

Tharisha: oke ik had nog een vraagje over een studie over de donau waar ik die kan kopen?

Leo: ik ken die studie ook niet maar je zou aan de acp kunnen vragen hoe hete ie ook alweer

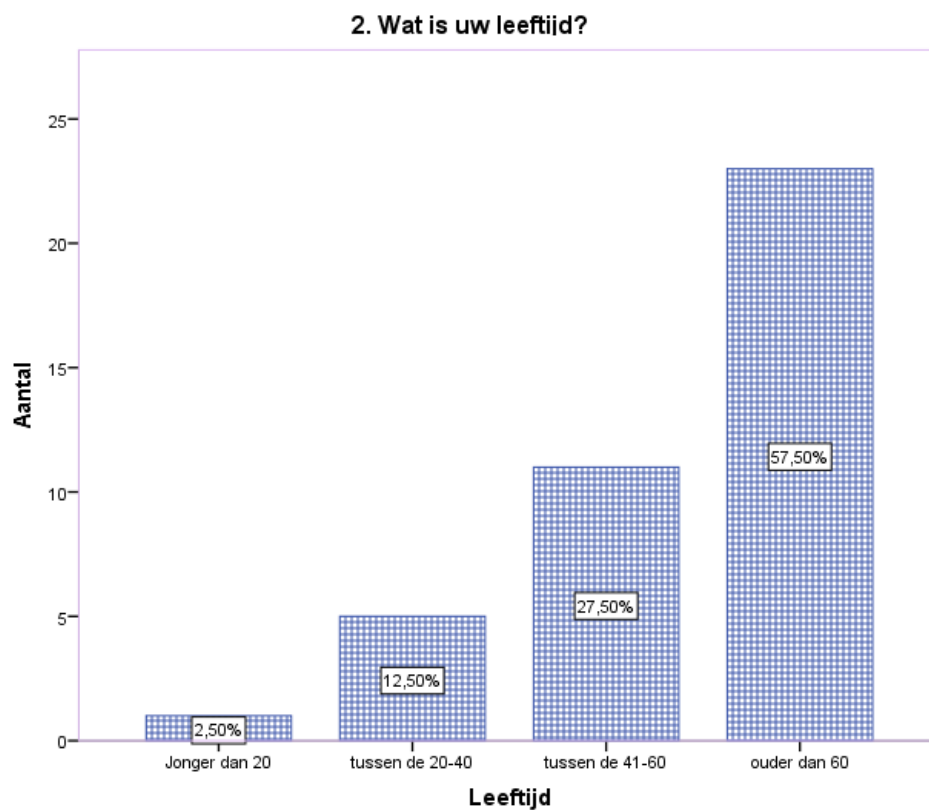
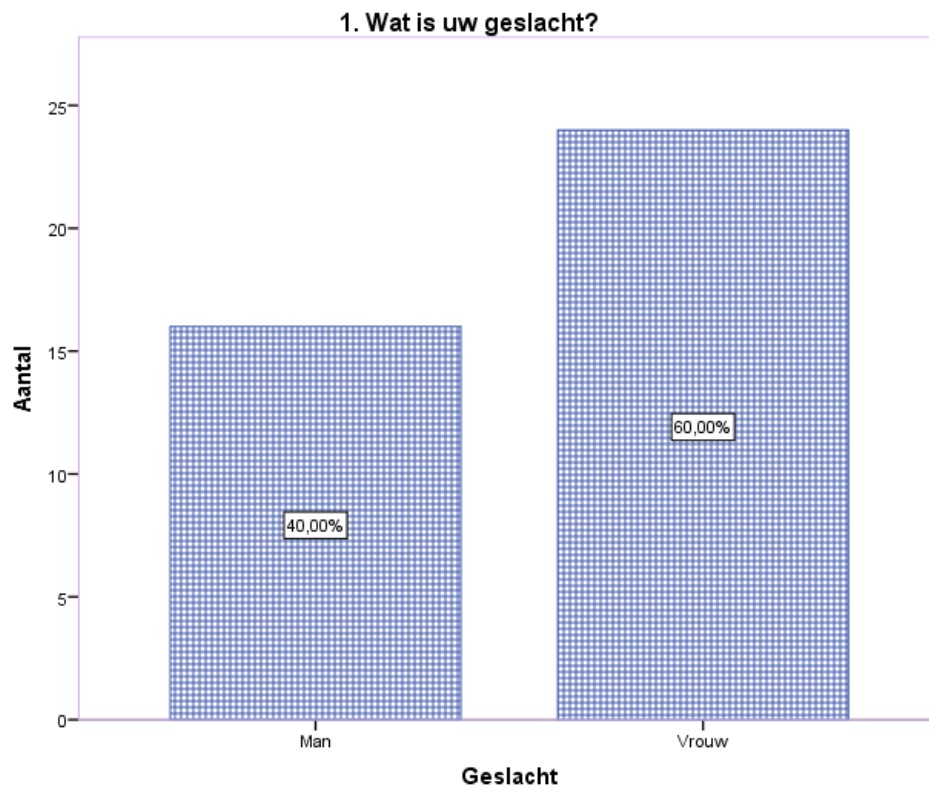
Tharisha: evert koster

Leo: ja hij kan je wel helpen

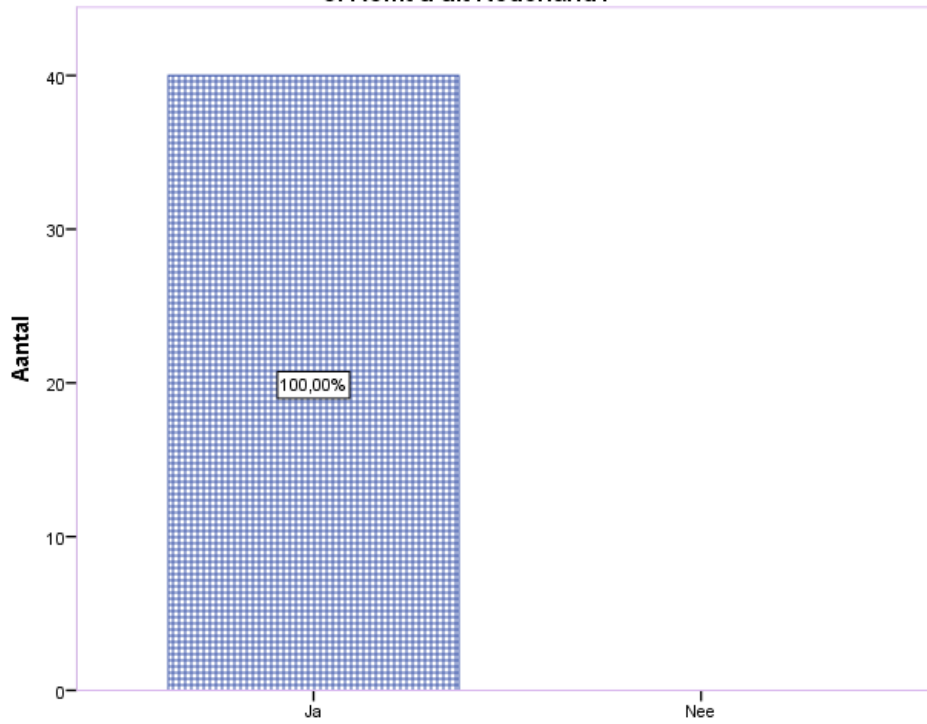
Tharisha: oke dan was dit het heel erg bedankt!

Leo: mooi ja je bent goed opweg.

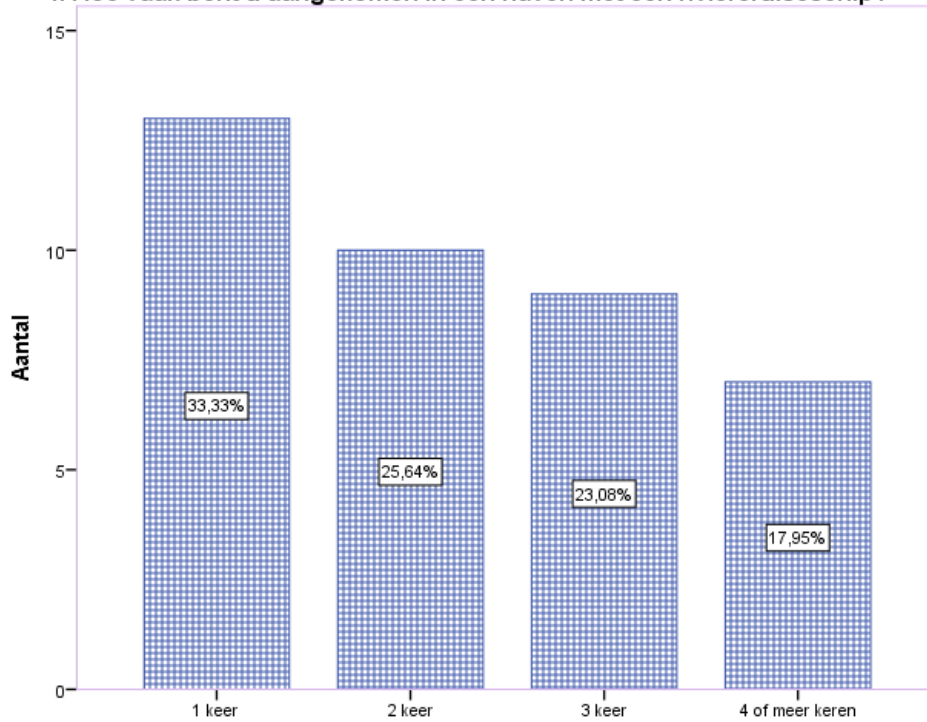
9. RESULTATEN ENQUETE SPSS GRAFIEKEN



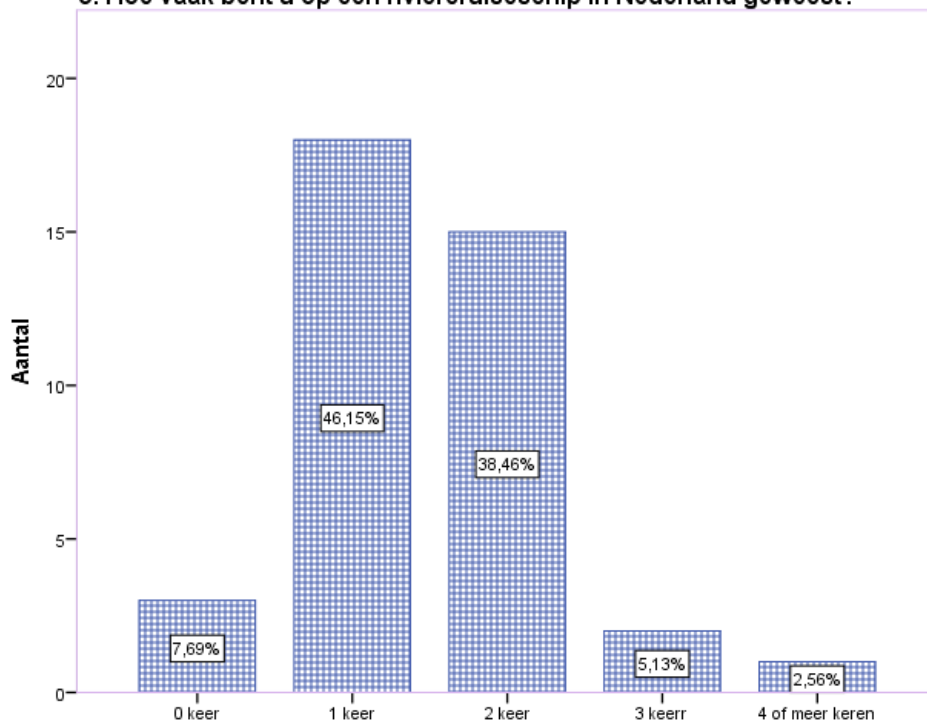
3. Komt u uit Nederland?



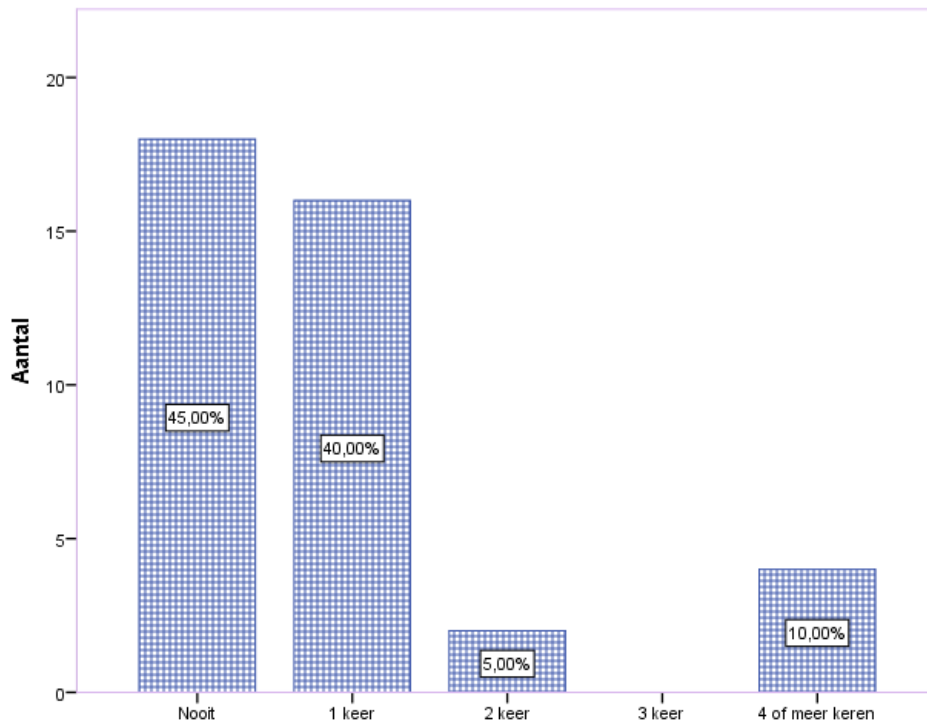
4. Hoe vaak bent u aangekomen in een haven met een riviercruiseschip?



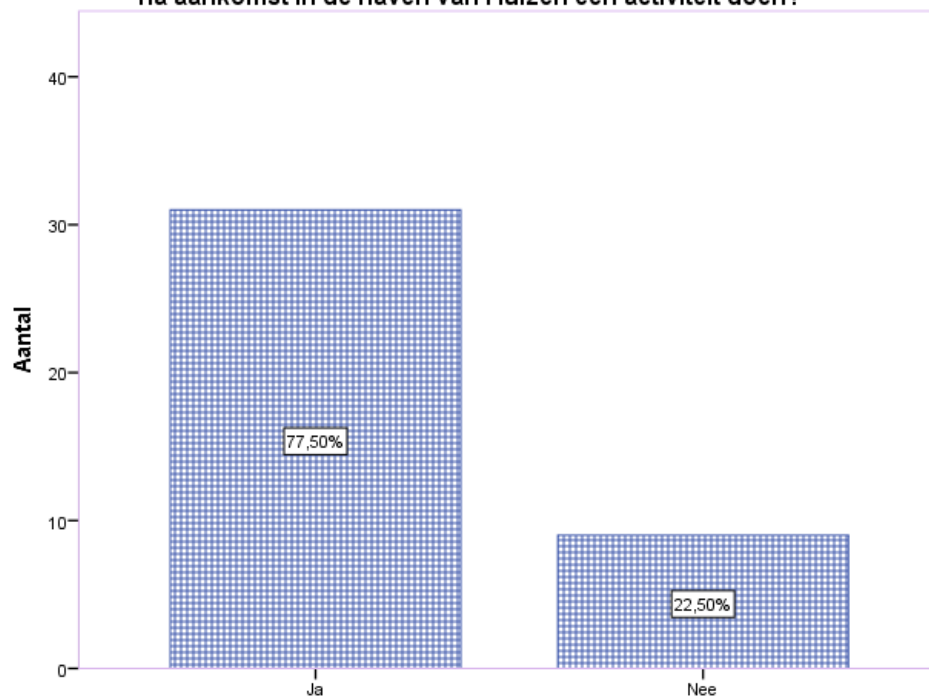
5. Hoe vaak bent u op een riviercruiseschip in Nederland geweest?



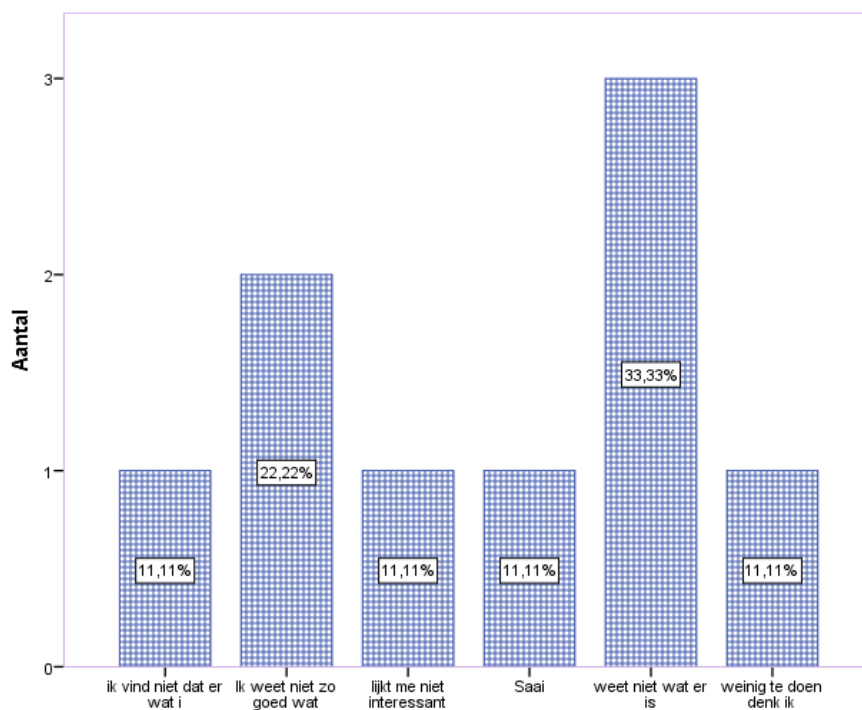
6. Hoe vaak bent u in Huizen geweest?



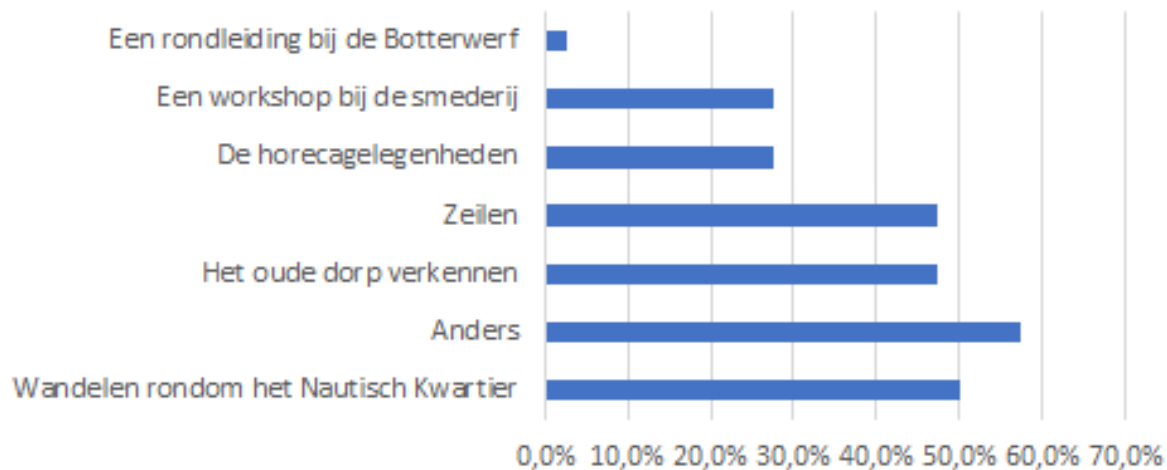
7. Stel u komt aan in de haven van Huizen met een riviercruiseschip, zou u dan na aankomst in de haven van Huizen een activiteit doen?



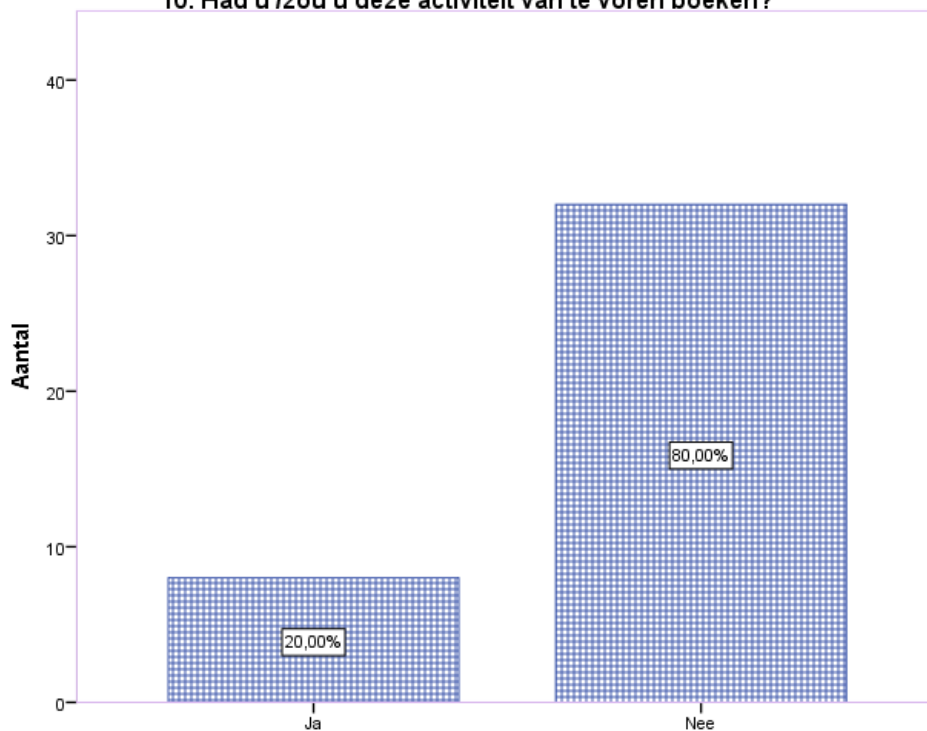
8. Waarom niet?



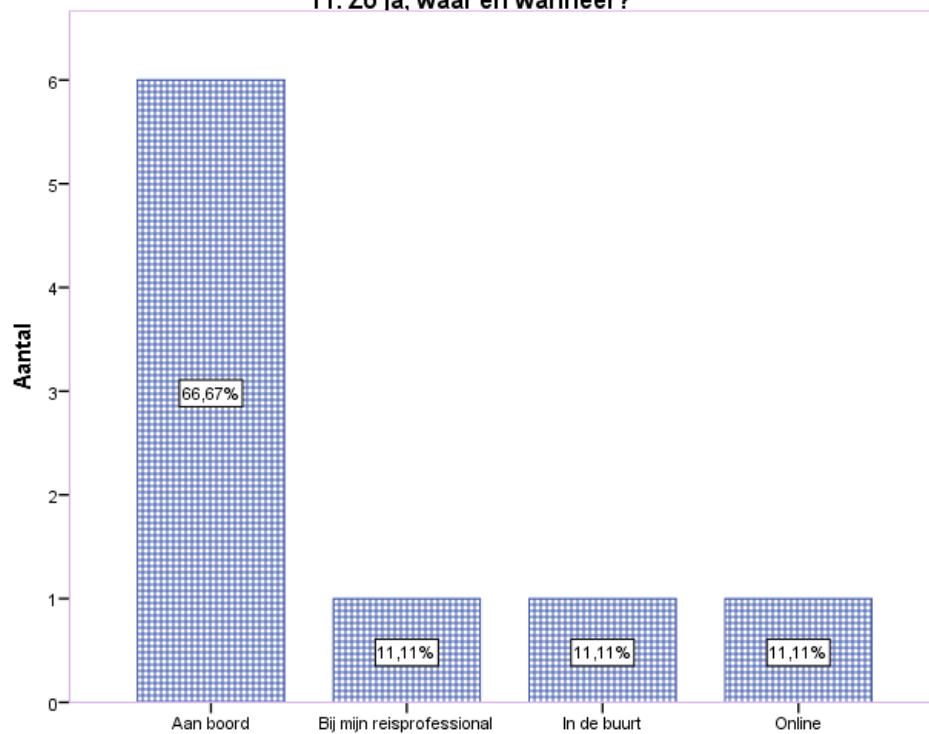
9. Wat zou u doen/heeft u eerder gedaan na aankomst in Huizen?



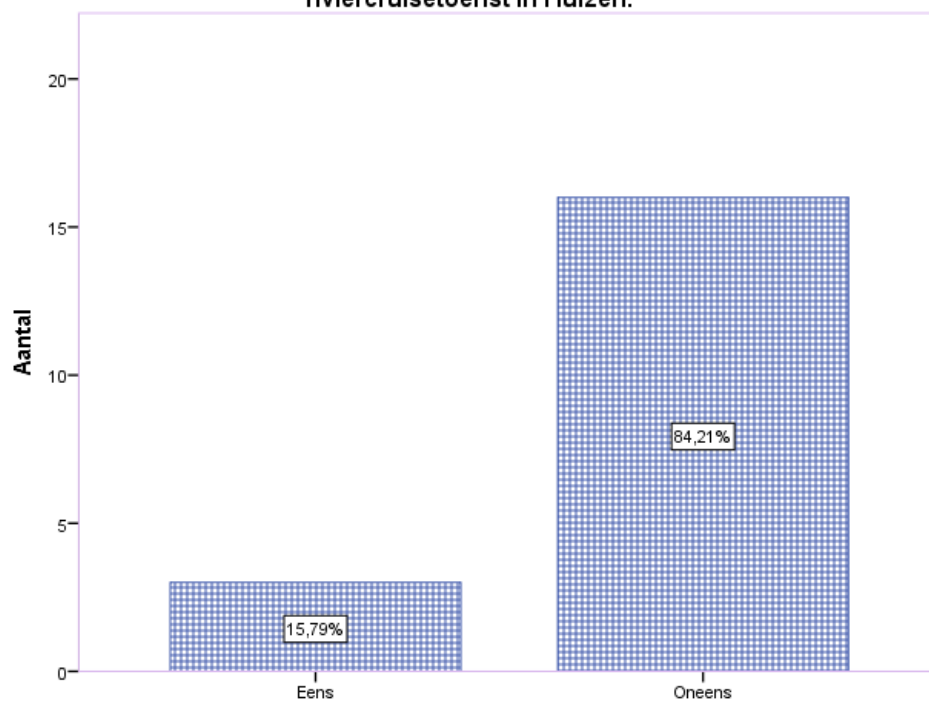
10. Had u /zou u deze activiteit van te voren boeken?



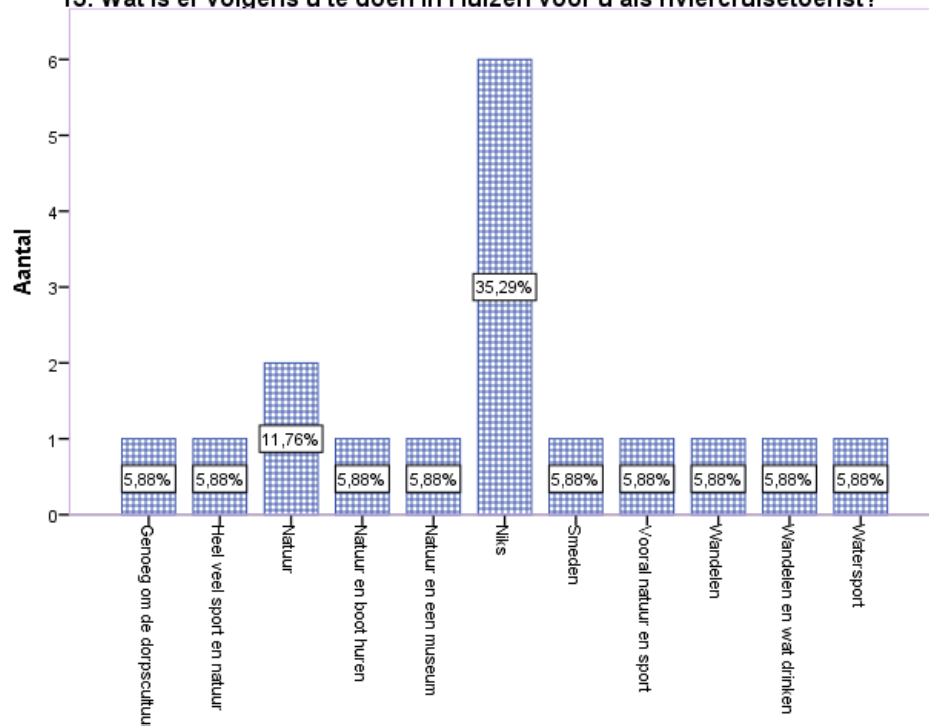
11. Zo ja, waar en wanneer?



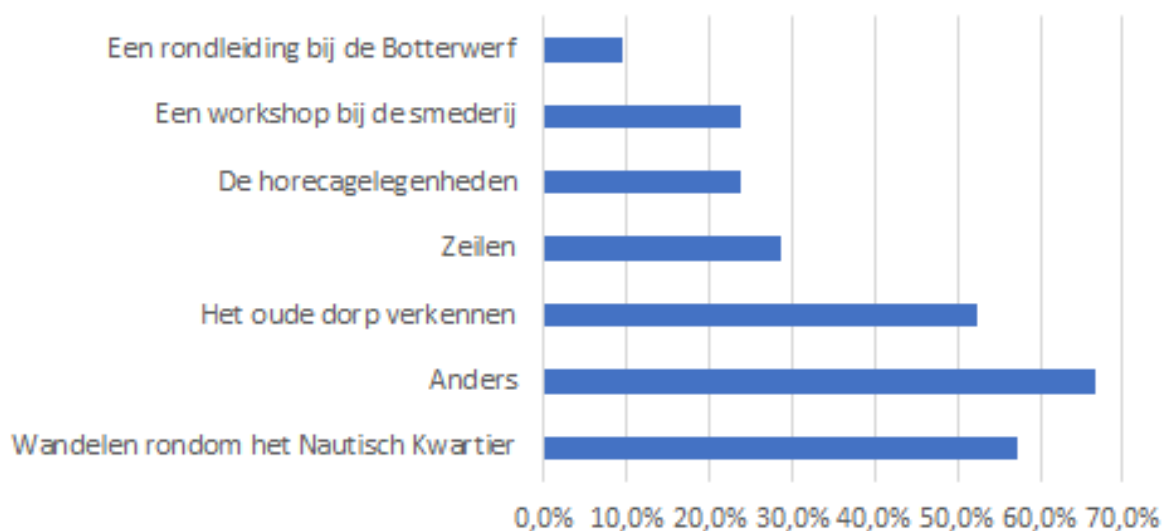
12. Stelling: Ik vind dat er een breed genoeg vrijetijdsaanbod is voor mij als riviercruisetoerist in Huizen.



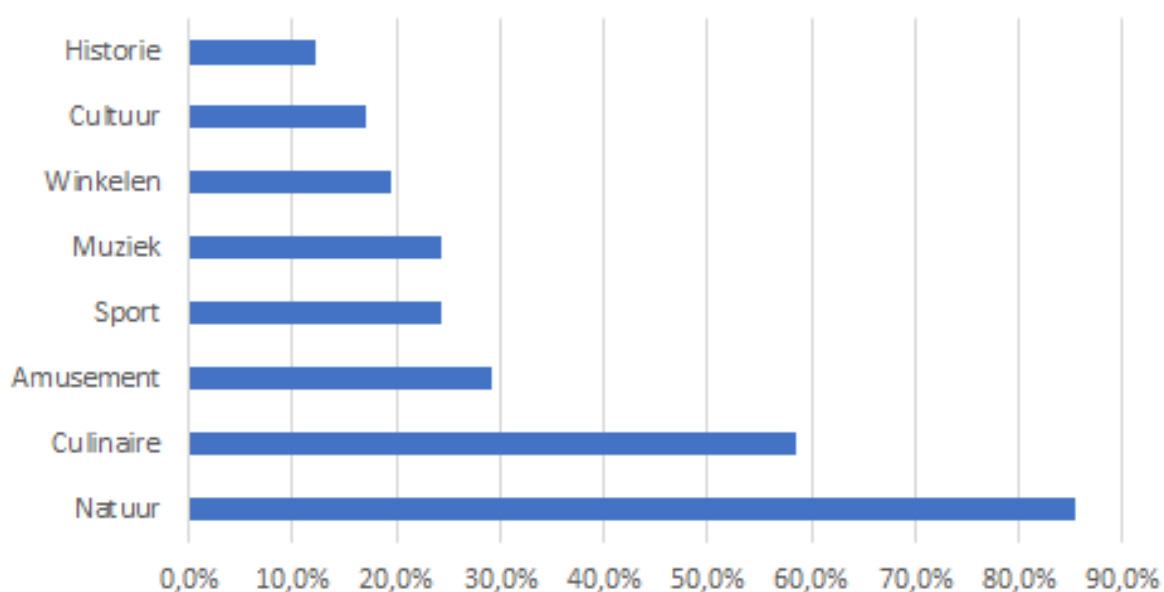
13. Wat is er volgens u te doen in Huizen voor u als riviercruisetoerist?



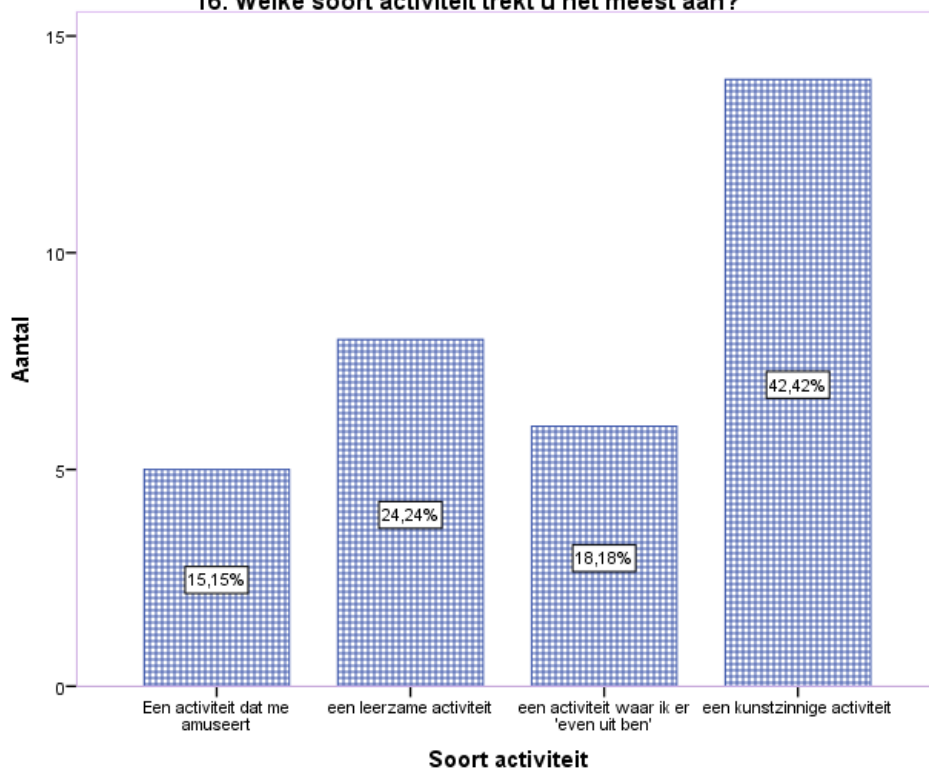
14. Welke huidige activiteiten in het vrijetijdaanbod van Huizen interesseren u?



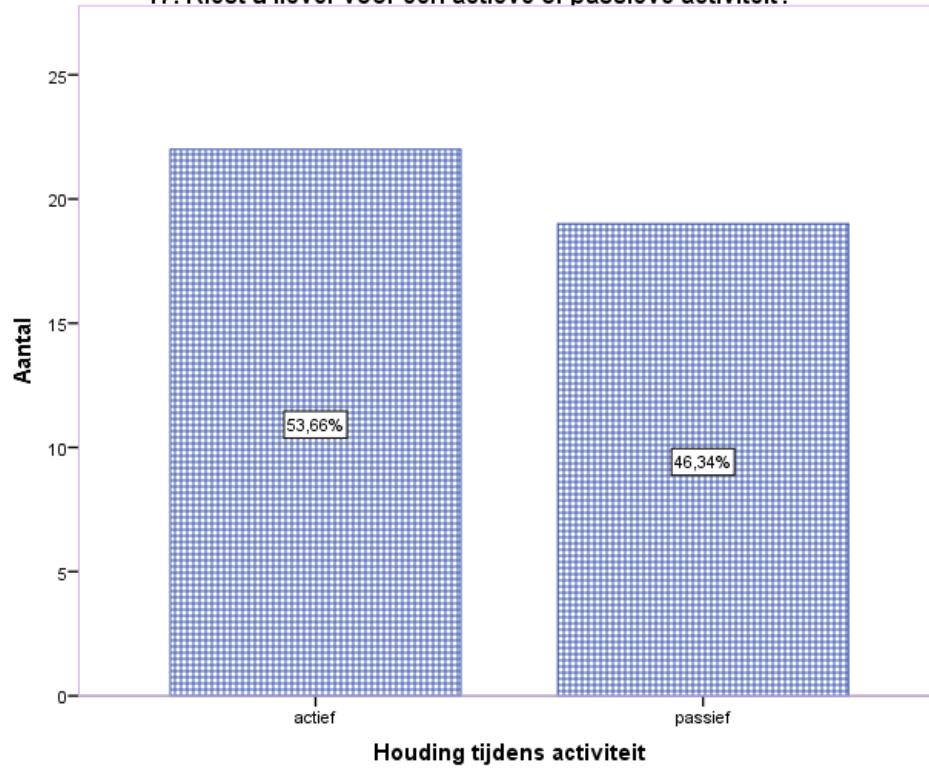
15. Waar liggen u interesses?



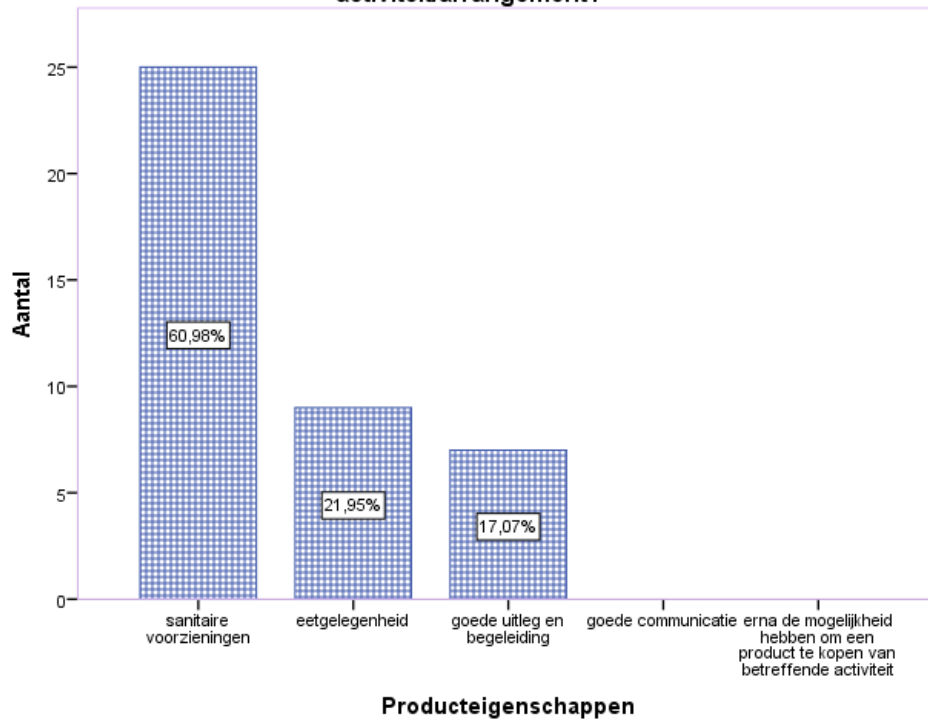
16. Welke soort activiteit trekt u het meest aan?



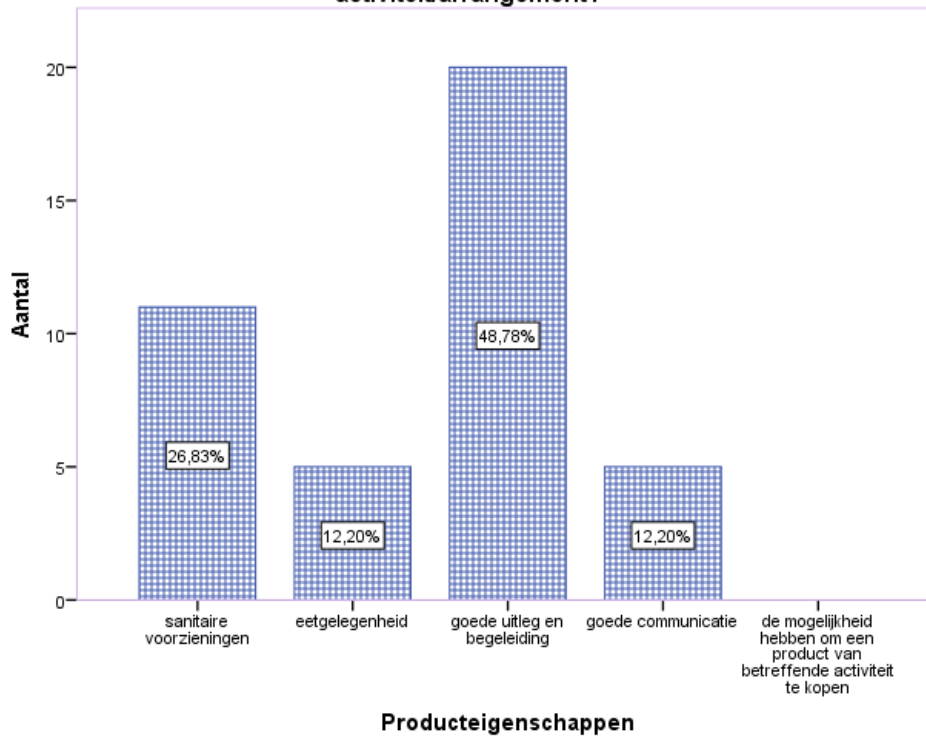
17. Kiest u liever voor een actieve of passieve activiteit?



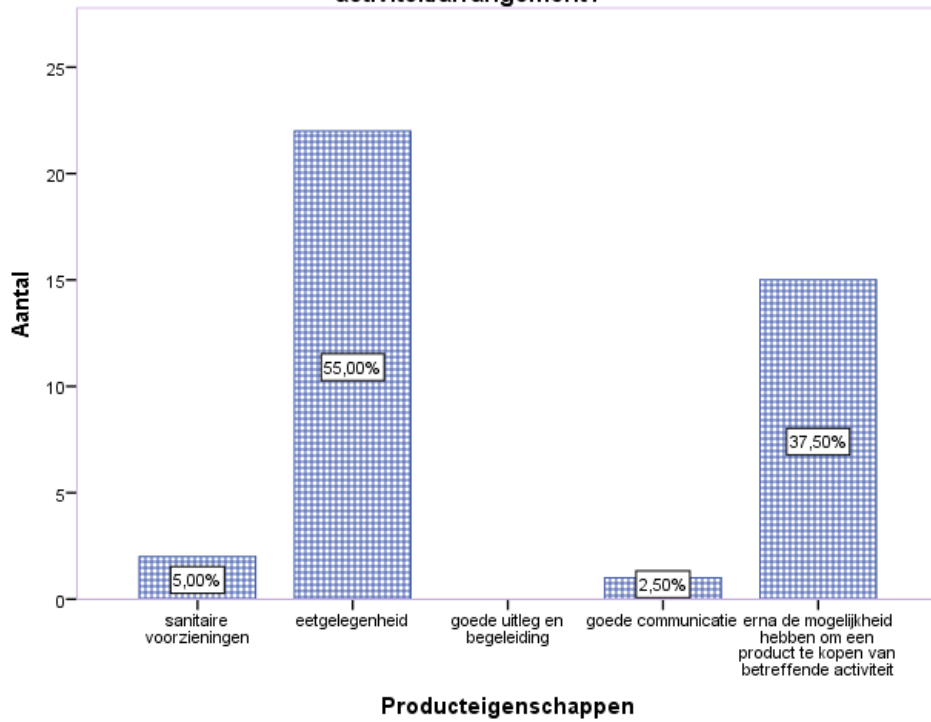
18. Wat moet er volgens u zeker aanwezig zijn bij het doen van een activiteit/arrangement?



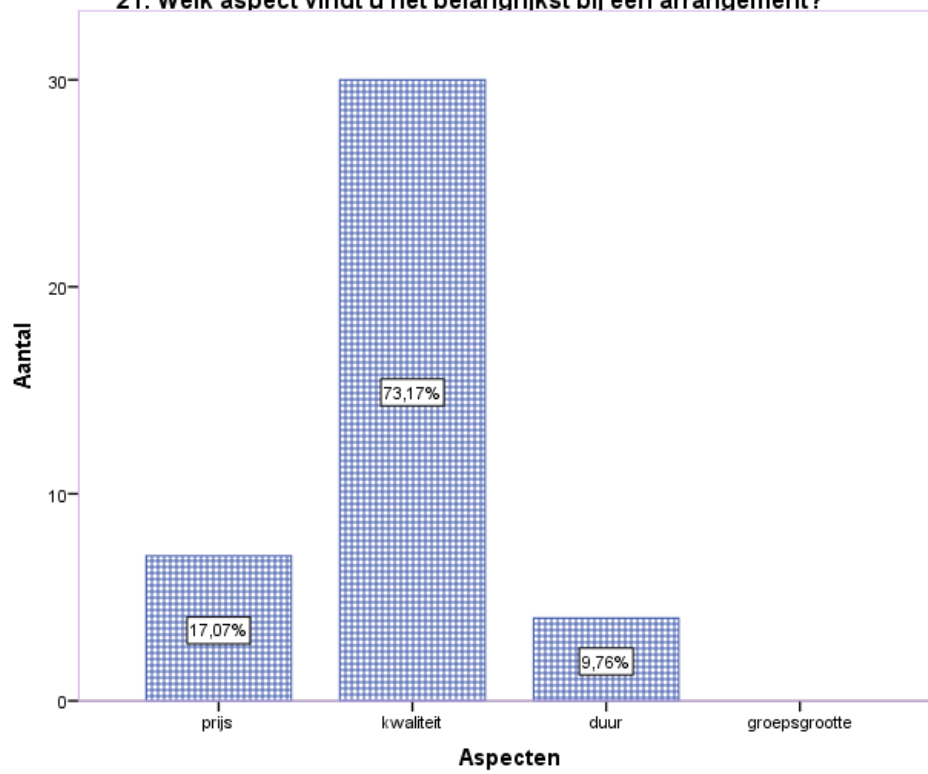
19. Wat verwacht u dat er aanwezig is bij het doen van een activiteit/arrangement?



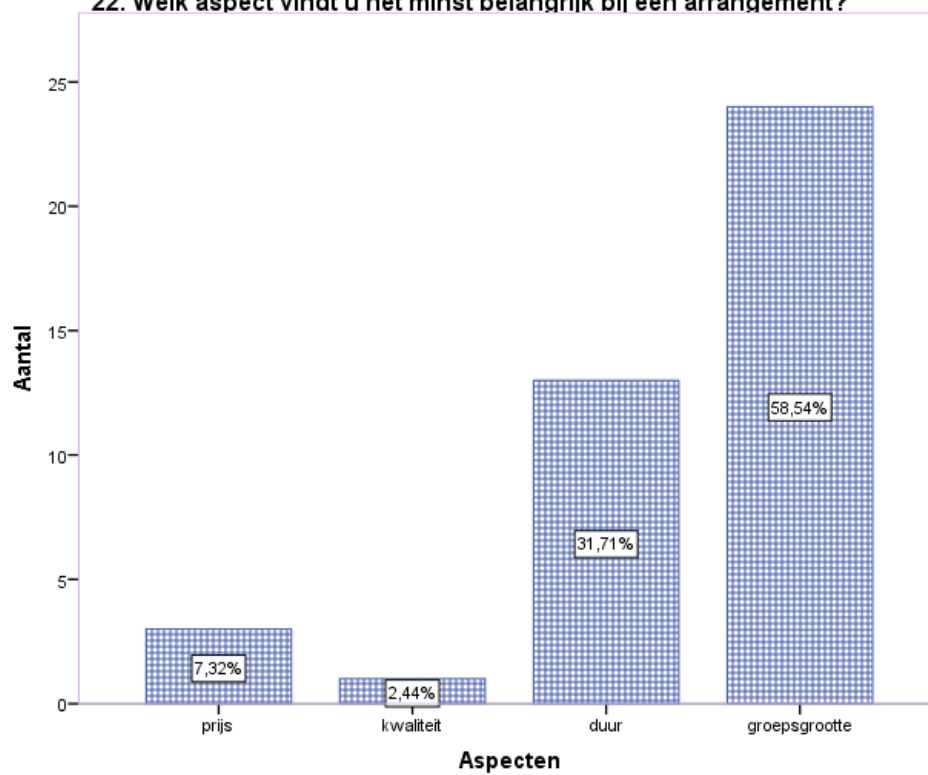
20. Wat verwacht u niet, maar waardeert u wel bij het doen van een activiteit/arrangement?



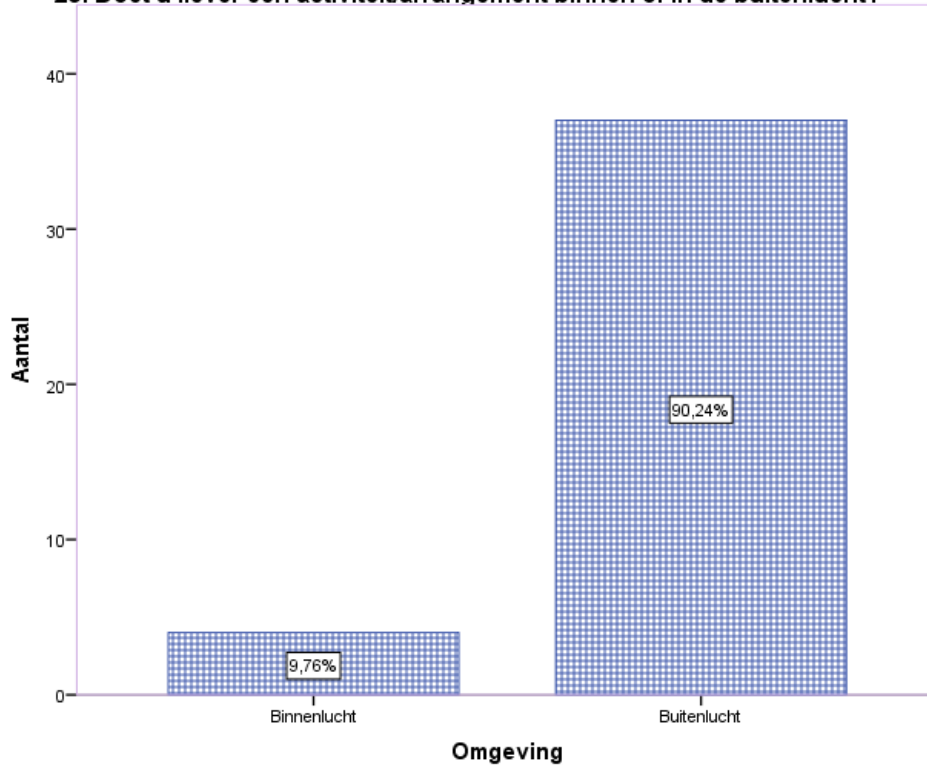
21. Welk aspect vindt u het belangrijkste bij een arrangement?



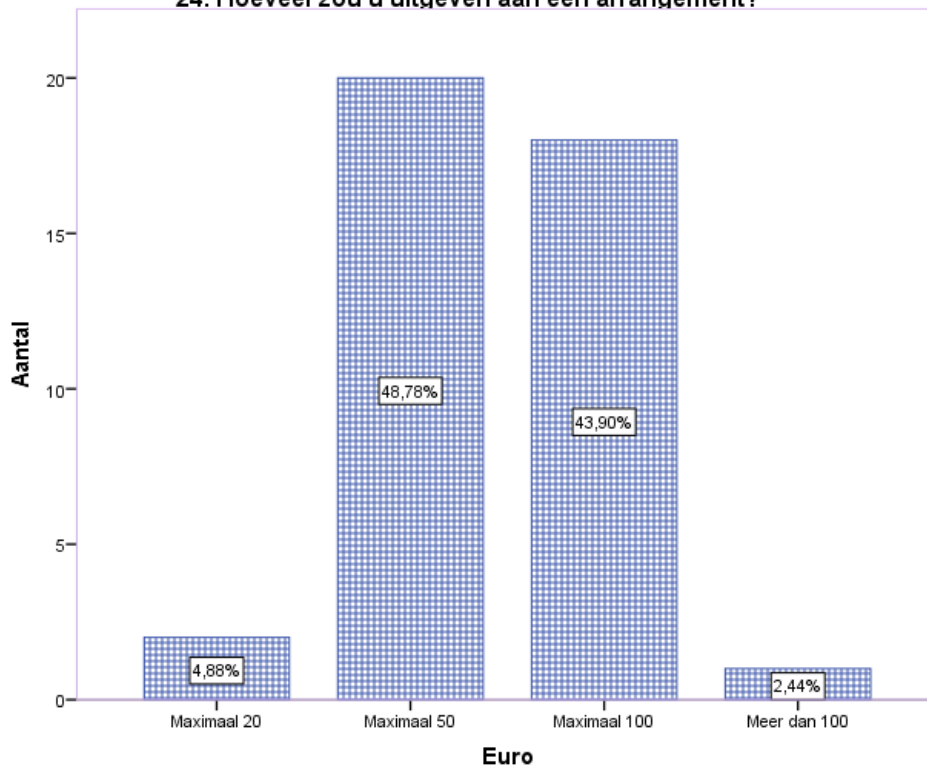
22. Welk aspect vindt u het minst belangrijk bij een arrangement?



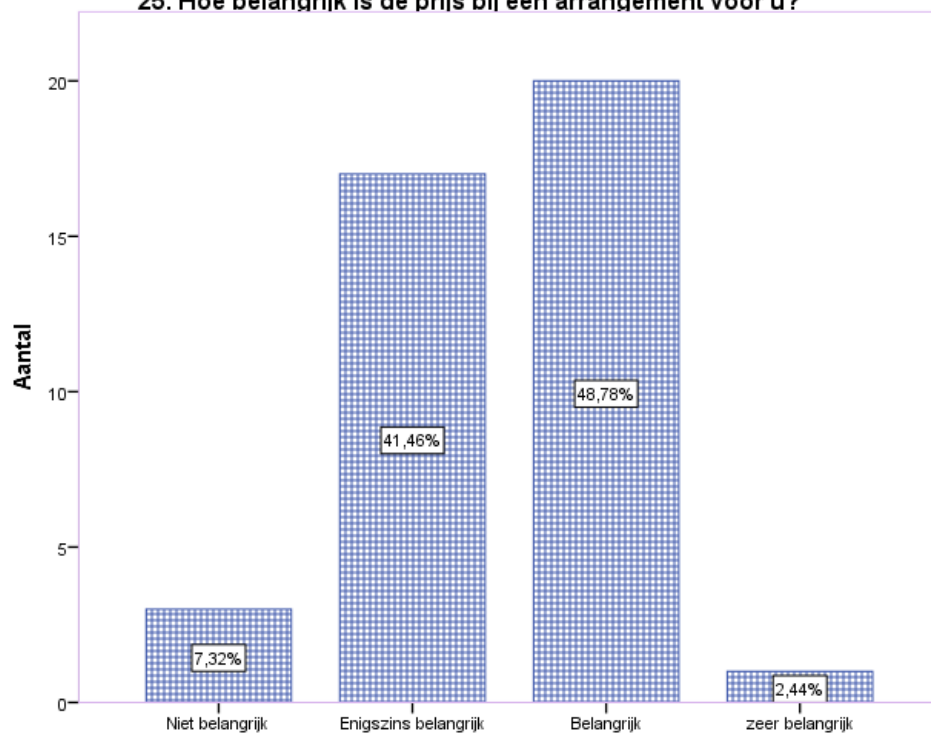
23. Doet u liever een activiteit/arrangement binnen of in de buitenlucht?



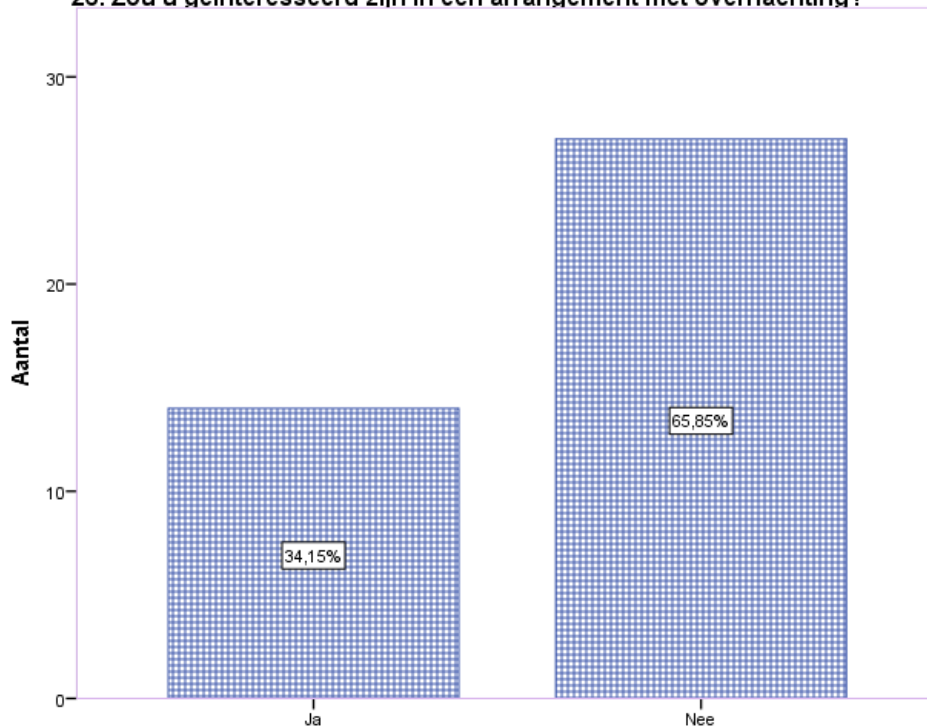
24. Hoeveel zou u uitgeven aan een arrangement?



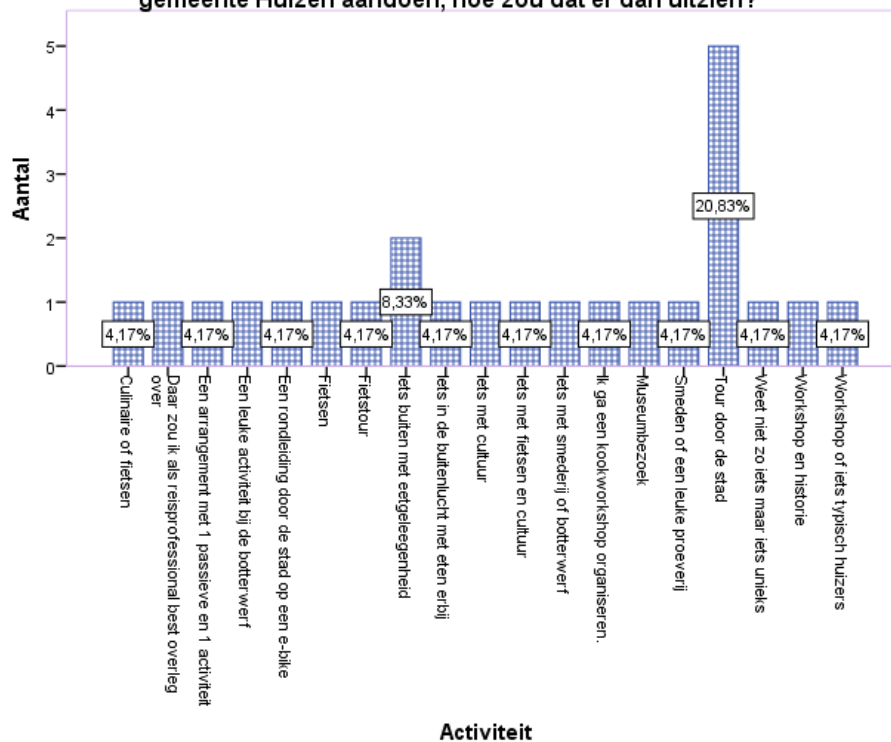
25. Hoe belangrijk is de prijs bij een arrangement voor u?



26. Zou u geïnteresseerd zijn in een arrangement met overnachting?



27. Als u een arrangement mag ontwikkelen voor riviercruisetoeristen die de gemeente Huizen aandoen, hoe zou dat er dan uitzien?



10. RESULTATEN ENQUETE SPSS TABELLEN

Geslacht

		Count	Table N %
1. Wat is uw geslacht?	Man	16	40,0%
	vrouw	24	60,0%

Leeftijd

		Count	Table N %
2. Wat is uw leeftijd?	Jonger dan 20	1	2,5%
	tussen de 20-40	5	12,5%
	tussen de 41-60	11	27,5%
	ouder dan 60	23	57,5%

Afkomst

		Count	Table N %
3. Komt u uit Nederland?	Ja	40	100,0%
	nee	0	0,0%

Aankomst haven

		Count	Table N %
4. Hoe vaak bent u aangekomen in een haven met een riviercruiseschip?	1 keer	13	33,3%
	2 keer	10	25,6%
	3 keer	9	23,1%
	4 of meer keren	7	17,9%

Aantal keer riviercruiseschip NL

		Count	Table N %
5. Hoe vaak bent u op een riviercruiseschip in Nederland geweest?	0 keer	3	7,7%
	1 keer	18	46,2%
	2 keer	15	38,5%
	3 keer	2	5,1%

4 of meer keren	1	2,6%
-----------------	---	------

Aantal keer Huizen

		Count	Table N %
6. Hoe vaak bent u in Huizen geweest?	Nooit	18	45,0%
	1 keer	16	40,0%
	2 keer	2	5,0%
	3 keer	0	0,0%
	4 of meer keren	4	10,0%

Activiteit

		Count	Table N %
7. Stel u komt aan in de haven van Huizen met een riviercruiseschip, zou u dan na aankomst in de haven van Huizen een activiteit doen?	Ja	31	77,5%
	nee	9	22,5%

Reden

		Count	Table N %
8. Waarom niet?	Ik vind niet dat er wat i	1	11,1%
	Ik weet niet zo goed wat	2	22,2%
	lijkt me niet interessant	1	11,1%
	Saai	1	11,1%
	weet niet wat er is	3	33,3%
	weinig te doen denk ik	1	11,1%

Şactihuizen Frequencies

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
Şactihuizen ^a	Wandelen rondom het Nautisch Kwartier	20	19,2%	50,0%
	De horecagelegenheden	19	18,3%	47,5%
	Het oude dorp verkennen	11	10,6%	27,5%
	Zeilen	11	10,6%	27,5%
	Een rondleiding bij de Botterwerf	23	22,1%	57,5%
	Een workshop bij de smederij	19	18,3%	47,5%
	Anders	1	1,0%	2,5%
	Total	104	100,0%	260,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Boeken

		Count	Table N %
10. Had u /zou u deze activiteit van te voren boeken?	Ja	8	20,0%
	nee	32	80,0%

Gegevens boeking

		Count	Table N %
11. Zo ja, waar en wanneer?	Aan boord	6	66,7%
	Bij mijn reisprofessional	1	11,1%
	In de buurt	1	11,1%
	Online	1	11,1%

Huidige vrijetijdsaanbod

		Count	Table N %
12. Stelling: Ik vind dat er een breed genoeg vrijetijdsaanbod is voor mij als riviercruisetoerist in Huizen.	eens	3	15,8%
	oneens	16	84,2%

Huidige vrijetijdsaanbod

		Count	Table N %
13. Wat is er volgens u te doen in Huizen voor u als riviercruisetoerist?	Genoeg om de dorpscultuur	1	5,9%
	Heel veel sport en natuur	1	5,9%
	Natuur	2	11,8%
	Natuur en boot huren	1	5,9%
	Natuur en een museum	1	5,9%
	Niks	6	35,3%
	Smeden	1	5,9%
	Vooral natuur en sport	1	5,9%
	Wandelen	1	5,9%
	Wandelen en wat drinken	1	5,9%
	Watersport	1	5,9%

\$V14 Frequencies

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
Interesses ^a	Wandelen rondom het Nautisch Kwartier	12	21,8%	57,1%
	De horecagelegenheden	6	10,9%	28,6%
	Het oude dorp verkennen	5	9,1%	23,8%
	Zeilen	5	9,1%	23,8%
	Een rondleiding bij de Botterwerf	14	25,5%	66,7%
	Een workshop bij de smederij	11	20,0%	52,4%
	Anders	2	3,6%	9,5%
	Total	55	100,0%	261,9%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$V15 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Eigen interesses ^a	Natuur	35	31,5%	85,4%
	Culinaire	24	21,6%	58,5%
	Amusement	12	10,8%	29,3%
	Sport	10	9,0%	24,4%
	Muziek	5	4,5%	12,2%
	Winkelen	10	9,0%	24,4%
	Cultuur	8	7,2%	19,5%
	Historie	7	6,3%	17,1%
Total		111	100,0%	270,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Soort activiteit

		Count	Table N %
16. Welke soort activiteit trekt u het meest aan?	Een activiteit dat me amuseert	5	15,2%
	een leerzame activiteit	8	24,2%
	een activiteit waar ik er 'even uit ben'	6	18,2%
	een kunstzinnige activiteit	14	42,4%

Houding

		Count	Table N %
17. Kiest u liever voor een actieve of passieve activiteit?	Actief	22	53,7%
	passief	19	46,3%

Zeker aanwezig

		Count	Table N %
18. Wat moet er volgens u zeker aanwezig zijn bij het doen van een activiteit/arrangement?	Sanitaire voorzieningen	25	61,0%
	eetgelegenheid	9	22,0%
	goede uitleg en begeleiding	7	17,1%
	goede communicatie	0	0,0%
	erna de mogelijkheid hebben om een product te kopen van betreffende activiteit	0	0,0%

Verwacht aanwezig

		Count	Table N %
19. Wat verwacht u dat er aanwezig is bij het doen van een activiteit/arrangement?	Sanitaire voorzieningen	11	26,8%
	eetgelegenheid	5	12,2%
	goede uitleg en begeleiding	20	48,8%
	goede communicatie	5	12,2%
	de mogelijkheid hebben om een product van betreffende activiteit te kopen	0	0,0%

Niet verwacht wel gewaardeerd

		Count	Table N %
20. Wat verwacht u niet, maar waardeert u wel bij het doen van een activiteit/arrangement?	Sanitaire voorzieningen	2	5,0%
	eetgelegenheid	22	55,0%
	goede uitleg en begeleiding	0	0,0%
	goede communicatie	1	2,5%
	erna de mogelijkheid hebben om een product te kopen van betreffende activiteit	15	37,5%

Meest belangrijke aspect

		Count	Table N %
21. Welk aspect vindt u het belangrijkste bij een arrangement?	Prijs	7	17,1%
	kwaliteit	30	73,2%
	duur	4	9,8%
	groeps grootte	0	0,0%

Minst belangrijke aspect

		Count	Table N %
22. Welk aspect vindt u het minst belangrijk bij een arrangement?	Prijs	3	7,3%
	kwaliteit	1	2,4%
	duur	13	31,7%
	groeps grootte	24	58,5%

Omgeving

		Count	Table N %
23. Doet u liever een activiteit/arrangement binnen of in de buitenlucht?	Binnenlucht	4	9,8%
	buitenlucht	37	90,2%

Prijs in euro's

		Count	Table N %
24. Hoeveel zou u uitgeven aan een arrangement?	Maximaal 20	2	4,9%
	maximaal 50	20	48,8%
	maximaal 100	18	43,9%
	meer dan 100	1	2,4%

Prijs belangrijkheid

		Count	Table N %
25. Hoe belangrijk is de prijs bij een arrangement voor u?	niet belangrijk	3	7,3%
	enigszins belangrijk	17	41,5%
	belangrijk	20	48,8%
	zeer belangrijk	1	2,4%

Overnachting

		Count	Table N %
26. Zou u geïnteresseerd zijn in een arrangement met overnachting?	Ja	14	34,1%
	nee	27	65,9%

Eigen arrangement

		Count	Table N %
27. Als u een arrangement mag ontwikkelen voor riviercruisetoeristen die de gemeente Huizen aandoen, hoe zou dat er dan uitzien?	Culinaire of fietsen	1	4,2%
	Daar zou ik als reisprofessional best overleg over	1	4,2%
	Een arrangement met 1 passieve en 1 activiteit	1	4,2%
	Een leuke activiteit bij de botterwerf	1	4,2%
	Een rondleiding door de stad op een e-bike	1	4,2%
	Fietsen	1	4,2%
	Fietstour	1	4,2%
	Iets buiten met eetgelegenheid	2	8,3%
	Iets in de buitenlucht met eten erbij	1	4,2%
	Iets met cultuur	1	4,2%
	Iets met fietsen en cultuur	1	4,2%
	Iets met smederij of botterwerf	1	4,2%
	Ik ga een kookworkshop organiseren.	1	4,2%
	Museumbezoek	1	4,2%
	Smeden of een leuke proeverij	1	4,2%
	Tour door de stad	5	20,8%
	Weet niet zo iets maar iets unieks	1	4,2%
	Workshop en historie	1	4,2%
	Workshop of iets typisch huizers	1	4,2%

11. CHI-KWADRAATTOETS

1. Wat is uw geslacht? * 17. Kiest u liever voor een actieve of passieve activiteit? Crosstabulation

Count

		17. Kiest u liever voor een actieve of passieve activiteit?		
		actief	passief	Total
1. Wat is uw geslacht?	Man	5	11	16
	vrouw	17	7	24
Total		22	18	40

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,077 ^a	1	,014		
Continuity Correction ^b	4,583	1	,032		
Likelihood Ratio	6,202	1	,013		
Fisher's Exact Test				,023	,016
Linear-by-Linear Association	5,926	1	,015		
N of Valid Cases	40				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,20.

b. Computed only for a 2x2 table

1. Wat is uw geslacht? * 24. Hoeveel zou u uitgeven aan een arrangement? Crosstabulation

Count

		24. Hoeveel zou u uitgeven aan een arrangement?				Total
		maximaal 20	maximaal 50	maximaal 100	meer dan 100	
1. Wat is uw geslacht?	Man	0	4	11	1	16
	vrouw	2	15	7	0	24
Total		2	19	18	1	40

Chi-Square Tests

130

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	9,018 ^a	3	,029
Likelihood Ratio	10,227	3	,017
Linear-by-Linear Association	8,595	1	,003
N of Valid Cases	40		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

2. Wat is uw leeftijd? * 16. Welke soort activiteit trekt u het meest aan?

Crosstabulation

Count

		16. Welke soort activiteit trekt u het meest aan?				Total
		Een activiteit dat me amuseert	een leerzame activiteit	een activiteit waar ik er 'even uit ben'	een kunstzinnige activiteit	
2. Wat is uw leeftijd?	Tussen de 20- 40	4	0	0	0	4
	tussen de 41- 60	1	4	3	3	11
	ouder dan 60	0	4	3	10	17
Total		5	8	6	13	32

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	27,445 ^a	6	,000
Likelihood Ratio	23,176	6	,001
Linear-by-Linear Association	12,602	1	,000
N of Valid Cases	32		

a. 11 cells (91,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,63.