



Beleving en gebruik van de Zandmotor

De vierde recreatiemonitoring, editie 2019

C.M Goossen, F. Langers, J. Donders

Beleving en gebruik van de Zandmotor

De vierde recreatiemonitoring, editie 2019

C.M Goossen, F. Langers, J. Donders

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen Environmental Research, in opdracht van de provincie Zuid-Holland.

Wageningen Environmental Research
Wageningen, augustus 2020

Gereviewd door:
Dr. S. de Vries. Senior onderzoeker WENR

Akkoord voor publicatie:
C. van As, teamleider ROR

Rapport 3028
ISSN 1566-7197

Goossen, C.M., F. Langers, J. Donders, 2020. *Beleving en gebruik van de Zandmotor; De vierde recreatiemonitoring, editie 2019*. Wageningen, Wageningen Environmental Research, Rapport 3028. 92 blz.; 33 fig.; 19 tab.; 22 ref.

De Zandmotor ligt aan de kust tussen Ter Heijde en Kijkduin in de provincie Zuid-Holland, waar sinds 2013 in de social media veel over is bericht, met name over de recreatieve mogelijkheden en de beleving. Op basis van infrarode tellingen bij vijf strandlagen trekt de Zandmotor in 2019 meer mensen dan in 2015. Volgens een vragenlijst onder 1274 bezoekers zijn wandelen, zwemmen/zonnen/luieren, op een terras zitten, hond uitlaten en kitesurfen de populairste activiteiten. Het rapportcijfer is een 8,2 en wordt voor bijna 54% verklaard door 14 variabelen. In afnemende volgorde zijn dat: schoon strand, rust en ruimte, kitesurfgebied, voorzieningen, mooi vormgegeven, er lekker tussenuit, gedragingen van andere recreanten, verbondenheid, binnenmeer, lente, kennis, kitesurfen, enthousiasme en nieuwsgierigheid naar de natuur. Afval is de grootste ergernis. Respondenten en stakeholders zien de Zandmotor als verbinding tussen water, natuur en recreatie en deze balans moet volgens hen behouden blijven.

Trefwoorden: Kijkduin, beleving, recreatie, monitoring, sensoren

Dit rapport is gratis te downloaden van <https://doi.org/10.18174/529537> of op www.wur.nl/environmental-research (ga naar 'Wageningen Environmental Research' in de grijze balk onderaan). Wageningen Environmental Research verstrekt geen gedrukte exemplaren van rapporten.

© 2020 Wageningen Environmental Research (instituut binnen de rechtspersoon Stichting Wageningen Research), Postbus 47, 6700 AA Wageningen, T 0317 48 07 00, www.wur.nl/environmental-research. Wageningen Environmental Research is onderdeel van Wageningen University & Research.

- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking van deze uitgave is toegestaan mits met duidelijke bronvermelding.
- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking is niet toegestaan voor commerciële doeleinden en/of geldelijk gewin.
- Overname, verveelvoudiging of openbaarmaking is niet toegestaan voor die gedeelten van deze uitgave waarvan duidelijk is dat de auteursrechten liggen bij derden en/of zijn voorbehouden.

Wageningen Environmental Research aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.



Wageningen Environmental Research werkt sinds 2003 met een ISO 9001 gecertificeerd kwaliteitsmanagementsysteem. In 2006 heeft Wageningen Environmental Research een milieuzorgsysteem geïmplementeerd, gecertificeerd volgens de norm ISO 14001. Wageningen Environmental Research geeft via ISO 26000 invulling aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Wageningen Environmental Research Rapport 3028 | ISSN 1566-7197

Foto omslag: Martin Goossen

Inhoud

Verantwoording	5
Woord vooraf	7
Samenvatting	9
1 Inleiding	11
1.1 Probleemstelling	11
1.2 Projectdoelstelling	11
1.3 Theoretisch kader	12
1.4 Leeswijzer	13
2 Onderzoeksopzet	14
2.1 Inleiding	14
2.2 Tellingen	14
2.3 On-site gebruiks- en belevingsonderzoek	16
2.4 Online gebruiks- en belevingsonderzoek	17
2.5 Socialmedia-analyse	18
2.6 Interviews met stakeholders	19
3 Socialmedia-analyse	20
3.1 Inleiding	20
3.2 Overzicht	20
3.3 Bronnen, bereik en invloed	21
3.4 Locatie van meest besproken berichten	22
3.5 Bereik/aantal followers	22
3.6 Inhoud van berichten	23
3.7 Conclusie	25
4 Stakeholderanalyse	26
4.1 Inleiding	26
4.2 Uniciteit en kernwaarden van de Zandmotor	27
4.3 Recreatief gebruik	28
4.4 Knelpunten in recreatief gebruik	29
4.5 Opgaven voor toekomst	30
5 Gebruik en waardering	32
5.1 Inleiding	32
5.2 Het recreatieve gebruik	32
5.2.1 Tellingen	32
5.2.2 Tijdstip, tijdsduur en frequentie van bezoek Zandmotor	34
5.2.3 Ondernomen activiteiten en bezoekmotief	37
5.2.4 Persoonlijke kenmerken, leefstijl en aanwezigheid van honden	39
5.2.5 Herkomst, vervoersmiddel	41
5.3 Bekendheid en waardering	42
6 Beleving	45
6.1 Inleiding	45

6.2	De belevingswaarde	45
6.2.1	Visuele aantrekkelijkheid	45
6.2.2	Verbondenheid	45
6.2.3	Bestaanswaarde van natuur	46
6.2.4	Veiligheidsbeleving	47
6.2.5	Gevoelens en emotie (affectieve reactie)	47
6.2.6	Betekenisgeving	49
6.3	Ergernissen	50
7	Oordeel over de Zandmotor	53
7.1	Inleiding	53
7.2	Rapportcijfer voor de Zandmotor	53
7.3	Verklaringen van het rapportcijfer	53
7.4	Toekomstvisie	54
7.5	Verbeteringen en aanbevelingen van respondenten	55
8	Verschillen tussen doelgroepen	58
8.1	Inleiding	58
8.2	Persoonlijke kenmerken boulevardbezoeker	58
8.3	Recreatief gebruik van de boulevardbezoeker	59
8.4	Bekendheid en beleving van de boulevardbezoeker	59
8.5	Beleving voor de eerste keer	61
9	Conclusies en aanbevelingen	63
9.1	Conclusies	63
9.2	Aanbevelingen	66
	Literatuur	68
Bijlage 1	Categorieën uit de socialmedia-analyse	69
Bijlage 2	Geïnterviewde stakeholders	70
Bijlage 3	Gespreksleidraad interviews stakeholders	71
Bijlage 4	Resultaten vergelijking methoden om aantal bezoekers te tellen	72
Bijlage 5	Leefstijlen van MarketResponse	81
Bijlage 6	Ergernissen van de boulevardbezoeker	83
Bijlage 7	Enquête gebruik en beleving strand tussen Ter Heijde en Kijkduin	84

Verantwoording

Rapport: 3028

Projectnummer: 5200045125

Wageningen Environmental Research (WENR) hecht grote waarde aan de kwaliteit van zijn eindproducten. Een review van de rapporten op wetenschappelijke kwaliteit door een referent maakt standaard onderdeel uit van ons kwaliteitsbeleid.

Akkoord Referent die het rapport heeft beoordeeld,

functie: senior onderzoeker

naam: Dr. S. de Vries

datum: 6-7-2020

Akkoord teamleider voor de inhoud,

naam: C. van As MSc

datum: 20-7-2020

Woord vooraf

Het is 2 januari 2019; een nieuw jaar, een nieuw begin. Ik loop naar de boulevard van Kijkduin. Er staat wind, een harde wind. De golven beuken woest op het strand. Ik neem een hap zilte lucht; heerlijk om te proeven en de zee weer te zien. Ik wandel enigszins voorover de boulevard op. Dit doet me denken aan vroeger, toen ik met mijn ouders naar Scheveningen ging. Ik probeerde als klein jongetje tegen de wind in, met de armen gespreid zo ver mogelijk voorover te buigen. De sterke wind weerhield me van vallen. Ik zie een wandelaar op het strand de wind trotseren. "Er lopen altijd mensen op het strand", zal de opdrachtgever later zeggen, "zelfs 's nachts." We lopen door het mulle zand richting de Zandmotor die zich groots aan ons ontwaart. Ik zie wel dertien kitesurfers op de lagune die gebruikmaken van de harde wind. Er zijn altijd mensen op het strand, echoot het in mijn hoofd. Een kitesurfer passeert ons met een hoopvol gezicht en loopt met zijn spullen naar de Zandmotor. Hij heeft er zin in.

Dit was de start van ons onderzoek naar het gebruik en beleving van de Zandmotor. Een vrij compleet recreatieonderzoek waar allerlei methoden zijn toegepast: tellingen van bezoekers, interviews met bezoekers, interviews met stakeholders, analyse van social media.

Een dergelijk groot onderzoek kan alleen met hulp van vele anderen. Ik wil de veldwerkers Helen, Luuk, Lydia, Hanna, Merijn, Arjen, Niels, Ab, Anke, Berber, Esther, Jens, Louis, Ralph, Loes, Rita en Sharwien dan ook heel erg danken voor hun enorme inzet om bezoekers te vragen mee te doen aan dit onderzoek.

Tevens wil ik de medewerkers van AbelLeisure bedanken voor het plaatsen en onderhouden van de sensoren.

Ten slotte wil ik mijn collega Fransje Langers bedanken voor het coördineren van het veldwerk en het uitvoeren van interviews met de stakeholders en collega Josine Donders voor de analyse van de social media en het ontwerpen van de flyers.

Martin Goossen
Projectleider

Samenvatting

De Zandmotor is een grote hoeveelheid zand dat opgespoten is in de vorm van een haak die vastzit aan de kust tussen Ter Heijde en Kijkduin (provincie Zuid-Holland). Er zijn in het verleden meerdere onderzoeken verricht naar het recreatieve gebruik van de Zandmotor. In 2019 heeft provincie Zuid-Holland aan Wageningen Environmental Research gevraagd een gebruiks- en belevingsonderzoek op de Zandmotor uit te voeren, evenals een socialmedia-analyse (met 'keyword' Zandmotor) en interviews te houden met stakeholders. De vragen zijn:

- Wat is het profiel van de recreant a) op de Zandmotor en b) op het direct aangrenzende strand?
- Hoe intensief wordt de Zandmotor gebruikt door recreanten?
- Welke vormen van recreatief gebruik zijn aan de orde op de Zandmotor en in hoeverre zijn deze met elkaar verenigbaar dan wel waar ontstaan knelpunten?
- Hoe tevreden is de recreant met de Zandmotor, hoe wordt deze beleefd en wijkt dit af van regulier strand?
- Welke verbeteringen en knelpunten dragen recreanten aan m.b.t. recreatief gebruik van de Zandmotor?

Met behulp van infrarode sensoren zijn bezoeken geteld, zijn 1274 interviews gehouden met bezoekers, 4 interviews met stakeholders uitgevoerd en een analyse van social media gemaakt om deze vragen te beantwoorden.

Diverse typen recreanten bezoeken de Zandmotor, maar het meest voorkomende profiel is dat van een redelijk hoogopgeleid persoon van middelbare leeftijd met een stijlzoekende leefstijl, met 'even ertussen uit' als recreatiemotief die per auto naar de Zandmotor komt. Het meest voorkomende profiel van de recreant op het direct aangrenzende strand verschilt weinig met de Zandmotorbezoeker, maar is iets ouder en iets minder hoog opgeleid.

Op basis van infrarode tellingen bij vijf strandslagen trekt de Zandmotor in 2019 meer mensen dan in 2015 met een ruwe schatting van minstens 525.000 bezoeken. Wandelen, zwemmen/zonnen/luieren, op een terras zitten, hond uitlaten en kitesurfen zijn de populairste activiteiten op de Zandmotor en de eerste drie zijn in vergelijking met voorgaande jaren stabiel tot licht toegenomen. De hond uitlaten is gedaald in vergelijking met 2015. Er komen ook minder hondenbezitters op de Zandmotor in 2019 dan in 2015. Flink gestegen is het aandeel bezoekers dat zegt te kitesurfen. Stakeholders en respondenten vinden dat de verenigbaarheid van recreatieactiviteiten op de Zandmotor goed lukt. Wel pleit men ervoor om de bestaande balans te bewaken. Zo is Stichting Duinbehoud kritisch bij overlast zorgende vormen van recreatie, zoals het vliegen met drones en paramotors en het, in hun ogen, niet altijd functioneel rijden van dienstauto's op de Zandmotor.

Het rapportcijfer voor de Zandmotor is een 8,2 en is iets hoger dan in 2015 (8,0). Het rapportcijfer wordt voor bijna 54% verklaard door 14 variabelen. In afnemende volgorde zijn dat: schoon strand, rust en ruimte, kitesurfgebied, voorzieningen, mooi vormgegeven, er lekker tussenuit, gedragingen van andere recreanten, verbondenheid, binnenmeer (lagune), lente, kennis, kitesurfen, enthousiasme en nieuwsgierigheid naar de natuur.

De bezoeker op de Zandmotor kent de naam 'Zandmotor', vindt het een goed kitesurfgebied, een mooi en schoon strand met rust en ruimte en voelt zich verbonden. Het wordt als veilig ervaren zowel op het strand als in het water. Het blijkt dat de positieve emoties verreweg de overhand hebben. Men ziet de Zandmotor als verbinding tussen water, natuur en recreatie. De recreant heeft vooral een inclusief en een esthetisch natuurbeeld.

De beleving van de Zandmotor wijkt niet sterk af van het regulier strand Kijkduin. Het totaaloordeel is hetzelfde, maar de waardering voor een schoon strand, rust en ruimte, beschikbaarheid van voorzieningen en vrij uitzicht is lager voor het strand bij Kijkduin. De bezoeker aan het reguliere

strand lijkt kritischer te zijn. En er zijn meer ergernissen over het strand bij Kijkduin, met name de (nieuw)bouw van Kijkduin. De bezoeker aan het reguliere strand kent de naam 'Zandmotor' minder, alhoewel driekwart er wel komt.

Als verbeteringen worden de lagune, combinaties van functies, toiletten, bereikbaarheid en parkeren en kitesurfen genoemd. Als knelpunten worden de bebouwing, horeca en honden genoemd en in mindere mate de regelgeving en bebording. Maar de respondenten geven vooral aan om de Zandmotor te houden zoals die nu is. Men vindt het een uniek stukje Nederland en men pleit zelfs voor meer 'zandmotoren' langs de kust.

In 2019 zijn de respondenten minder uitgesproken dan in 2015 over het oordeel over de embryonale duinen. Ze zeggen de foto's van embryonale duinen even aantrekkelijk te vinden als de huidige situatie. Wel zegt een kleine meerderheid het acceptabel te vinden als delen van de Zandmotor afgesloten wordt voor recreanten.

Van de respondenten die op de Zandmotor zijn ondervraagd, kent 9% de naam Zandmotor niet en komt er voor het eerst. Het blijkt dat deze groep in verhouding meer emoties beleeft dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent. Daarentegen vinden ze de Zandmotor in verhouding meer een kale en saaie vlakte dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent.

Uit de socialmedia-analyse blijkt dat toen de Zandmotor in 2013 echt vorm begon te krijgen, er veel over is bericht, met name over de recreatieve mogelijkheden en de beleving van de Zandmotor. De berichten beschrijven dat mensen naar de Zandmotor zijn gegaan en wat ze daar gezien hebben.

Om het bezoek te blijven monitoren, bevelen we aan de infrarode sensoren bij de strandslagen te laten staan waarbij wel snel moet worden gehandeld bij uitval. Er lijkt een balans te zijn op de Zandmotor tussen water, natuur en recreatie in relatie met kustveiligheid en deze balans moet dus behouden blijven. Afval is de grootste ergernis, waaronder hondenpoep. Er zouden meer hondenpoep-opruimzakjes beschikbaar moeten zijn, bij voorkeur bij de strandslagen en horeca. Tevens kan worden aangegeven dat het een gezamenlijke verantwoordelijkheid is om het strand schoon te houden.

Er zou een studie kunnen worden verricht naar het mogelijkheden tot het behoud van de lagune. Tevens zou onderzocht kunnen worden of er mogelijkheden zijn (bijvoorbeeld een simpele afzetting met paaltjes en een lijntje) om in het broedseizoen aan te geven dat in bepaalde delen mogelijk vogels broeden en dat deze niet mogen worden verstoord door recreanten en honden. Dat gaat dan met name om het gebied nabij het Schelpenpad, waar de bontbekplevier broedt.

Circa 2% van deze respondenten wil verbeteringen in de plaatsing van de bebording. Zo moet duidelijker worden aangegeven op de Zandmotor waar het nudistenstrand begint, waar er honden los mogen lopen en waar het strand bereikbaar is door de wisselende stromingen. Dus niet alleen bij de strandslagen en het doorgaande strand, maar ook op de Zandmotor zelf.

De resultaten van dit onderzoek kunnen input leveren voor de brede beleidsevaluatie in 2021.

1 Inleiding

De Zandmotor is een grote hoeveelheid zand (bij aanleg in 2011 ongeveer 125 hectare) dat opgespoten is in de vorm van een haak die vastzit aan de kust tussen Ter Heijde en Kijkduin (provincie Zuid-Holland). De Zandmotor is 2 kilometer breed en bereikbaar via diverse strandslagen, of over het strand. Na 15 à 20 jaar zal de Zandmotor waarschijnlijk volledig zijn opgegaan in het bestaande strand. Door wind, golven en zeestroming verspreidt het zand zich langs de Delflandse kust ten noorden van de huidige Zandmotor. Hierdoor groeit de noordelijk gelegen kust op natuurlijke wijze aan. Dit levert een bijdrage aan de kustveiligheid op langere termijn én er ontstaat meer ruimte voor natuur en recreatie.

Er zijn meerdere onderzoeken verricht naar het recreatieve gebruik van de Zandmotor. De resultaten uit 2010 komen van de rapportage van het onderzoek van Kenniscentrum Recreatie: *Huidig en toekomstig gebruik van het Zandmotorplangebied*. Resultaten van het (afstudeer)onderzoek uit 2012 zijn beschreven in *Recreantenonderzoek 2012*. Witteveen & Bos hebben in 2015 de Kustmonitor uitgevoerd en beschreven in *Rapportage recreatiemonitor Zandmotor 2015*. In 2017 is via een online-enquête achterhaald (NBTC-NIPO Research, 2017) dat meer dan 1 miljoen mensen minimaal één keer de duinen tussen Den Haag en Hoek van Holland in dat jaar hebben bezocht. Naar schatting levert dit 4 à 4,5 miljoen bezoeken op, waarvan 33% op de Zandmotor is geweest en 31% naar het aansluitende natuurgebied Solleveld.

In 2021 zal er weer een integrale beleidsevaluatie worden gedaan naar de Zandmotor. Om het recreatieonderdeel te kunnen evalueren, is het noodzakelijk dat vooraf opnieuw een recreatieonderzoek wordt uitgevoerd. De provincie heeft Wageningen Environmental Research (WENR) gevraagd een dergelijk onderzoek in 2019 uit te voeren. In ons onderzoek wordt onder andere aangesloten op eerder uitgevoerde metingen en het genoemde onderzoek in 2010, 2012 en 2015 ten behoeve van de vergelijkbaarheid.

1.1 Probleemstelling

In 2019 wil de provincie Zuid-Holland voor de vierde keer een recreatieonderzoek laten doen naar beleving en gebruik van de Zandmotor. De centrale vragen zijn:

- Wat is het profiel van de recreant a) op de Zandmotor en b) op het direct aangrenzende strand?
- Hoe intensief wordt de Zandmotor gebruikt door recreanten?
- Welke vormen van recreatief gebruik zijn aan de orde op de Zandmotor en in hoeverre zijn deze met elkaar verenigbaar dan wel waar ontstaan knelpunten?
- Hoe tevreden is de recreant met de Zandmotor, hoe wordt deze beleefd en wijkt dit af van regulier strand?
- Welke verbeteringen en knelpunten dragen recreanten aan m.b.t. recreatief gebruik van de Zandmotor?

1.2 Projectdoelstelling

Het doel van het project is antwoord te geven op de onderzoeksvragen, waarbij inzicht ontstaat in de mogelijke veranderingen in de beleving en het gebruik van de Zandmotor door recreanten. Het project heeft vier subdoelen:

- Inzicht in de monitoringsopzet;
- Antwoorden op de onderzoeksvragen in vergelijking met vorige onderzoeken;
- Inzicht in belevingswaarde en opvattingen over natuur;
- Input voor de brede beleidsevaluatie van 2021.

De uitkomsten van dit onderzoek worden door de provincie Zuid-Holland onder andere gebruikt voor een brede beleidsevaluatie in 2021 met als hoofdvraag: Voldoet de Zandmotor aan de doelstellingen? De monitoringsaanpak is zodanig uitgevoerd en gedocumenteerd dat deze in de toekomst herhaalbaar is t.b.v. vergelijkbaarheid.

1.3 Theoretisch kader

De waardering van de Zandmotor is afhankelijk van de gebruikswaarde en de belevingswaarde van de Zandmotor.

De gebruikswaarde heeft betrekking op de mogelijkheden voor een recreant om een activiteit uit te kunnen oefenen in het gebied. Daarbij gaat het onder andere om aanwezigheid van voorzieningen, onderhoud, regels en veiligheid. Bij de belevingswaarde gaat het om waarnemen, ervaren, betekenisgeven en waarderen. Door een waarneming ervaart een recreant de Zandmotor op een bepaalde manier en geeft daar betekenis aan door interpretatie van de waarnemer. Betekenisverlening is een actief proces dat zich in een specifieke persoonlijke, sociale en landschappelijke context afspeelt (Grauman, 2002). De betekenis die de omgeving heeft, wordt dus geconstrueerd door de mens zelf. De recreatieve ervaringen en de betekenis die het heeft (gehad) voor recreanten zijn van belang voor de beleving. Op basis van deze subjectieve kenmerken van een landschap krijgt een gebied zijn eigen identiteit, wordt het van een willekeurige ruimte (space) een specifieke plek (place). Hier nauw mee verbonden is het concept 'sense of place'. Sense of place, of plekidentiteit, speelt ook een belangrijke rol in de binding die mensen voelen met specifieke plekken. Deze persoonlijke verbondenheid met een plek speelt vooral in de eigen woonomgeving of bij een functionele verbondenheid, zoals de unieke plek van de Zandmotor voor kitesurfen of een specifieke plek bestemd voor naaktrecreatie.

De belevingswaarde als onderdeel van recreatief gedrag wordt onder andere door Ulrich (1983) beschreven. Hij maakt een onderscheid tussen een snelle, affectieve (gevoelsmatige) reactie, en een langzamere cognitieve reactie op een landschap. De waarneming door gebruik van de Zandmotor leidt altijd in eerste instantie tot een snelle, onbewuste reactie. Deze affectieve reactie wordt primair bepaald door de directe perceptie van de kenmerken van de Zandmotor. Deze affectieve reactie leidt vooral tot primaire gevoelens, zoals van veiligheid/onveiligheid en prettig/onprettig. Naast de directe affectieve reactie leidt de waarneming volgens Ulrich meestal ook tot een indirecte en cognitieve reactie. In deze cognitieve reactie worden de omgeving en de afzonderlijke kenmerken van deze omgeving ook gewaardeerd via het aanwezige (cultureel bepaalde) kennisniveau van een persoon, bijvoorbeeld omdat de persoon kennis heeft van natuur of van golfstromingen. De kennis wordt ook gebruikt om de bruikbaarheid (gebruikswaarde) van de Zandmotor in te schatten, bijvoorbeeld de geschiktheid om fossielen te zoeken. De mate waarin we kennis hebben of kunnen opdoen, is dus ook van belang bij de beleving van een gebied (Kaplan & Kaplan, 1988).

De provincie wil ook graag weten hoe 'natuurminded' de recreanten op en nabij de Zandmotor zijn. Hoe 'natuurminded' mensen zijn, is door ons uitgewerkt aan de hand van natuurbeelden. Ieder heeft een individueel natuurbeeld dat is ontstaan door onze ervaringen en opvoeding en dat daarnaast beïnvloed kan worden door de maatschappij en de cultuur waarin we leven (Buijs & Elands, 2013). Natuurbeelden zijn vaak bepalend voor de mening over, knelpunten van en wensen die mensen hebben voor een gebied (Buijs & Elands, 2013).

Doorgaans spelen de belangrijkste natuurervaringen zich af tijdens recreatieactiviteiten. De kern van recreatie kan omschreven worden als het 'ergens anders zijn'; het ontsnappen aan de alledaagse werkelijkheid. De manier waarop dit ontsnappen plaatsvindt, verschilt echter met het motief waarmee mensen gaan recreëren. De beleving van een gebied heeft een sterke relatie met het gebruik (Goossen & De Boer, 2008) en met het motief waarmee recreanten een gebied bezoeken. Uit onderzoek blijkt dat de motieven gerelateerd zijn aan bepaalde belevingssferen en de mate van aantrekkelijkheid van een gebied mede bepalen (Goossen & Donders, 2011).

Kort samengevat hebben beleving en gebruik van de Zandmotor dus te maken met de volgende elementen:

- Affectieve waarneming
- Visuele aantrekkelijkheid
- Cognitieve waarneming
- Verbondenheid
- Kennis
- Betekenisgeving
- Gebruikswaarde
- Motieven
- Bestaanswaarde natuur
- Veiligheidsbeleving
- Emotie
- Waardering
- Bereikbaarheid

Deze elementen zijn in een aantal vragen in de vragenlijst (Bijlage 7) uitgewerkt, aangevuld met vragen over persoonlijke kenmerken. In onderstaand schema is weergegeven welke vragen gerelateerd zijn aan deze elementen (Tabel 1.1).

Tabel 1.1 *Analyseschema*

Elementen	Vragen				
Affectieve waarneming	12	21b	21d		
Visuele aantrekkelijkheid	21a	21k			
Cognitieve waarneming	13	21c	21e	21i	21l t/m 21o
Verbondenheid	14				
Kennis	4	5	6		
Betekenisgeving	13				
Gebruikswaarde	10	11	15 t/m 19	21j	25
Motieven	20				
Bestaanswaarde natuur	25	26	27		
Veiligheidsbeleving	21f	21g	21h		
Emotie/PANAS-schaal	23	24			
Waardering	22				
Bereikbaarheid	8	9			
Persoonlijke kenmerken	1	2	3	7	28 t/m 30

1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 beschrijft hoe we het onderzoek hebben uitgevoerd. In hoofdstuk 3 geven we de resultaten van de socialmedia-analyse. De resultaten van de interviews met de stakeholders staan in hoofdstuk 4 beschreven. In hoofdstuk 5 worden de resultaten van het recreatieve gebruik van de Zandmotor en de waardering (in 2019) beschreven en vergelijken we de resultaten van 2019 met voorgaande onderzoeken. In hoofdstuk 6 worden de resultaten van de beleving van de Zandmotor beschreven, waarna in hoofdstuk 7 het totaaloordeel van de Zandmotor wordt gepresenteerd en verklaren we welke variabelen invloed hebben op dit totaaloordeel en welke ergernissen, knelpunten en verbeteringen er mogelijk zijn. Tevens worden hier de resultaten over de vragen over de toekomst van natuurontwikkeling gepresenteerd. In hoofdstuk 8 beschrijven we de verschillen in gebruik en beleving tussen de bezoeker aan de Zandmotor en de bezoeker aan het reguliere strand bij Kijkduin (door ons boulevardbezoeker genoemd) en de verschillen tussen de bezoeker die de Zandmotor niet kent (en voor het eerst daar is) en de bezoeker die de Zandmotor wel kent.

Dit alles leidt tot conclusies en aanbevelingen die ten slotte in hoofdstuk 9 worden besproken.

2 Onderzoeksopzet

2.1 Inleiding

Er zijn diverse methoden toegepast om gegevens over dit gebied te achterhalen:

- Tellingen
- On-site gebruiks- en belevingsonderzoek
- Online gebruiks- en belevingsonderzoek
- Socialmedia-analyse
- Interviews met stakeholders

2.2 Tellingen

Er zijn diverse methoden om antwoord te krijgen op de vraag hoe intensief de Zandmotor wordt gebruikt door recreanten. Elke methode heeft zijn voor- en nadelen (Goossen, 2015) met betrekking tot resultaat, betrouwbaarheid en kosten. Voor de Zandmotor zijn de volgende methoden gebruikt om te vergelijken en te concluderen welke methode de beste resultaten oplevert tegen aanvaardbare kosten:

1. Visuele tellingen
2. Foto's van de Argusmast
 - a. Handmatige tellingen
 - b. Realtime Object Detection
3. Foto's van de webcam
 - a. Handmatige tellingen
 - b. Realtime Object Detection
4. Sensortellingen

De beschrijving van deze methoden en hun resultaten zijn opgenomen in Bijlage 1. Uiteindelijk is, in overleg met de opdrachtgever, besloten om met sensoren het gebruik te meten. Dit is gedaan door infrarode sensoren van het bedrijf Abel Leisure te plaatsen bij vijf strandopgangen van de Zandmotor en één gericht op het fietspad.¹ Abel Leisure heeft een techniek ontwikkeld waarmee realtime wordt geteld op locaties zonder externe elektrische voeding. De batterij voedt zich door een klein zonnepaneel dat op de behuizing is gemonteerd. De infrarode sensor telt en eens per uur wordt het aantal van het afgelopen uur via het zogenaamde LoRa-netwerk doorgegeven aan een database waar per locatie het aantal gemeten passanten en het moment van detectie, tijd en datum worden gegenereerd. Via het 'Slim Buiten!'-dashboard zijn per locatie de bewegingen te volgen.


Voor de communicatie van de sensoren met de database maakt Abel Leisure gebruik van het LoRa netwerk van KPN. LoRa staat voor Low Power Wide Area Network (Long Range) en is een zeer energiezuinig netwerk dat over lange afstanden kleine hoeveelheden data kan transporteren. Door het lage energieniveau dat nodig is voor het verzenden van de data, hebben de sensoren weinig energieverbruik. Afhankelijk van de frequentie en hoeveelheid data die worden verstuurd alsmede het aantal passanten, zouden de batterijen van de sensoren tot twee jaar energie moeten leveren. Toch moest de batterij een paar keer vervangen worden door waterschade en energielekken. Dit gaf gaten in de

¹ Oorspronkelijk zouden er lasersensoren geplaatst worden, maar door technische vertraging is dat pas begin 2020 gebeurd. De lasersensoren tellen alle objecten (mens en dier) die door de laserstraal gaan. Ter controle zijn op dezelfde plekken ook infrarode sensoren geplaatst, zodat beide sensoren vergeleken kunnen worden. Infrarode sensoren tellen alle warmtebronnen (mens en dier) die de infrarode straal kruisen. Het verschil tussen beide sensoren is dat een lasersensor iets nauwkeuriger is. Indien twee mensen dicht bij elkaar lopen, ziet de infrarode sensor dat als één warmtebron en een lasersensor niet. Tenzij de mensen exact op één lijn wandelen en gelijktijdig de laserstraal doorkruisen. Na installatie bleken de lasersensoren onnauwkeurige data te leveren. De gebruikte data zijn daarom afkomstig van de infrarode sensoren.

data. In totaal zijn er op 90 verschillende keren van één of meer sensoren geen data (per uur of een hele dag) ontvangen. De resultaten zijn dus niet 100% adequaat en geven een onderschatting van het werkelijke aantal recreanten.

De infrarode sensoren zijn op 19 juli 2019 geplaatst en begin maart 2020 vielen vier van de zes sensoren uit. Door de coronacrisis is besloten deze vier sensoren niet te vervangen en zijn de data dus tot en met februari 2020 gebruikt.


In verband met vandalisme zijn de sensoren gemonteerd op 2,70 meter hoge flespalen. De bezoeker is geattendeerd op de sensor door een informatieveel (in het Nederlands en Duits) op de flespaal waarbij tevens de link naar de online vragenlijst is vermeld.



Boven aan deze paal zit een sensor, GEEN CAMERA


Deze sensor registreert alleen bewegingen van mensen en dieren en geen gezichten, geen foto's, geen filmpjes en geen tracking van mobiele telefoons. Het gaat om een indruk van het gebruik in het gebied.
Deze sensoren zijn onderdeel van een onderzoek door Wageningen University & Research in opdracht van de provincie Zuid-Holland.

Wilt u meedoen met het onderzoek? Scan de QR-code of ga naar de link:
<https://wenr.limequery.com/52567?lang=nl>



info: fransje.langers@wur.nl

An der Spitze befindet sich ein Sensor, KEINE KAMERA



Dieser Sensor registriert nur Bewegungen von Menschen und Tieren und keine Gesichter, keine Fotos, keine Filme und keine Verfolgung von Mobiltelefonen. Es geht um einen Eindruck von der Nutzung in der Umgebung.
Diese Sensoren sind Teil einer Studie der Wageningen University & Research, die von der Provinz Süd-Holland in Auftrag gegeben wurde.

Teilnahme mit forschung? Scannen Sie den QR-Code oder gehe zum Link:
<https://wenr.limequery.com/52567?lang=de>

Figuur 2.1 Informatiefolder over de sensor op de flespaal.

Een flink aantal recreanten bereikt de Zandmotor via een strandopgang en verlaten de Zandmotor ook weer via een strandopgang. Zodoende passeren ze twee keer een sensor en worden dus twee keer geteld. Vandaar dat door twee gedeeld moet worden om een unieke bezoeker te krijgen.



Afbeelding 2.1 Informatiefolder over de sensor op de flespaal.



Figuur 2.2 Locaties van de infrarode sensoren.

Daarnaast komen er recreanten op de Zandmotor via het strand. Deze vallen buiten het bereik van de sensoren, die circa 6 meter kunnen overbruggen. Het daadwerkelijke aantal recreanten op de Zandmotor zal dus groter zijn dan in dit rapport wordt weergegeven.

2.3 On-site gebruiks- en belevingsonderzoek

Vanaf 25 mei 2019 tot en met 17 maart 2020 zijn door enquêteurs van TempoTeam recreanten op de Zandmotor ondervraagd. In verband met de coronacrisis is het veldwerk halverwege maart 2020

voortijdig gestopt. Op de winter na is het aantal respondenten over de seizoenen redelijk gelijk verdeeld (Tabel 2.1). In de zomer en winter zijn ook respondenten ondervraagd op of nabij de boulevard van Kijkduin om een vergelijking te kunnen maken tussen de Zandmotorbezoeker en de reguliere strandbezoeker.

Tabel 2.1 Aantal respondenten per seizoen op de Zandmotor en nabij boulevard Kijkduin.s

Seizoen	Zandmotor		Boulevard Kijkduin	
	Aantal	Percentage	Aantal	Percentage
Lente 2019 (april t/m juni)	425	38	0	0
Zomer 2019 (juli t/m september)	373	33	71	49
Herfst 2019 (oktober t/m december)	306	27	0	0
Winter 2020 (januari t/m maart)	24	2	75	51
Totaal	1128	100	146	100

In totaal hebben negentien veldwerkers zich ingezet door ofwel te tellen, ofwel de vragenlijst af te nemen. De vragenlijst is ontwikkeld met Limesurvey; een tool die voldoet aan de privacyregelgeving van de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG). De enquêteurs konden de vragenlijst afnemen op een tablet of via een papieren versie. Op de tablets is de tool Offline Surveys geïnstalleerd (gerelateerd aan Limesurvey), waardoor er geen internetverbinding nodig was om de vragenlijst op het strand te kunnen afnemen. De antwoorden worden lokaal opgeslagen en verzonden naar de centrale database als er weer internet aanwezig was. Aan de enquêteurs is een powerbank meegegeven in geval de tablet zonder stroom kwam te zitten. De antwoorden via de papieren versie zijn achteraf in SPSS ingevoerd. De vragenlijst is zowel in het Nederlands als Duits opgesteld. Voor het veldwerk is een protocol² opgesteld over de werving van respondenten en de afname van de interviews. De enquêteurs kregen aanvullend een mondelinge instructie waarin het protocol werd toegelicht.

Om een zo representatief mogelijke steekproef te krijgen, is de vragenlijst afgenomen bij de eerst jarige in een gezelschap. De respondent moest 16 jaar of ouder zijn. De naam 'Zandmotor' is bewust niet genoemd door de enquêteurs bij het introduceren van de vragenlijst. Door de enquêteurs is geprobeerd zo gevarieerd mogelijk mensen te benaderen, dus bezoekers met én zonder kinderen, wandelaars met en zonder hond, oudere en jongere mensen, mannen en vrouwen, etc. Soms is voorgesteld om de vragenlijst al wandelend af te nemen. De enquêteurs kregen de instructie om in verschillende zones de vragenlijst af te nemen en die zone ook te noteren. Zodoende kon bijgesteld worden als bepaalde zones te veel of te weinig respons kreeg. De enquêteurs werkten gemiddeld vier uur per keer, zowel op weekenddagen als doordeweekse dagen. Gemiddeld duurde het afnemen van de vragenlijst 25 minuten. In een commentaar gaven sommige respondenten aan dit erg lang te vinden. Als de respondent geen tijd had, is een flyer meegegeven met daarop een link naar de onlineversie van de vragenlijst.

De vragenlijst volgt in grote lijnen de vragenlijst uit 2015 om vergelijkingen te kunnen maken. Tegelijkertijd zijn er enkele aanvullingen doorgevoerd als gevolg van de opmerkingen die in 2015 zijn gemaakt door het toenmalig onderzoeksbureau en de opdrachtgever. Tevens zijn nieuwe vragen ontworpen die meer gericht zijn op de beleving en vragen gebaseerd op de resultaten van de analyse van social media en de interviews met de stakeholders.

2.4 Online gebruiks- en belevingsonderzoek

De vragenlijst die voor het onderzoek op de Zandmotor is ontworpen, is ook online gezet via de tool Limesurvey. De data die via Limesurvey zijn verzameld en vervolgens geëxporteerd naar SPSS, waarmee de data zijn geanalyseerd. De onlineversie is totaal 1523 keer geopend waarvan 24 keer

² Bij WENR opvraagbaar.

door Duitstaligen (1,6%). Uiteindelijk hebben 425 respondenten de onlineversie (waarvan 1% de Duitstalige versie) van de vragenlijst volledig ingevuld. Een respons van 28%.

Respondenten zijn op de hoogte gebracht van de onlinevragenlijst door het uitdelen van dubbelzijdige gedrukte flyers (aan één kant Nederlandstalig en andere kant Duitstalig) aan bezoekers op het strand en toeristen in de strandhuisjes. De link naar de onlinevragenlijst stond ook op de zes sensorpalen. Bovendien zijn de flyers aan strandtenthouders op de Zandmotor gegeven die ze op een stapeltje bij hun kassa's hebben neergelegd. De medewerkers van een kitesurfschool hebben hun contacten opgeroepen om de vragenlijst in te vullen. Dit laatste heeft in het eerste kwartaal van het onderzoek een redelijk grote respons van kitesurfers opgeleverd, zodat besloten is om kitesurfers niet verder te benaderen bij het on-site veldwerk. Er zijn circa 400 folders uitgedeeld (fig. 2.3).



Figuur 2.3 Flyer met oproep tot deelname.

2.5 Socialmedia-analyse

Alhoewel er al een aantal belevingsaspecten in de voorgaande onderzoeken is genoemd, hebben wij via een inductief-iteratief onderzoek een aantal nieuwe aspecten gevonden. Bij het inductief-iteratief onderzoek is gebruikgemaakt van social media. Mening en emoties worden veelvuldig gedeeld op social media en kunnen daarmee een bron zijn om nog niet genoemde aspecten bij beleving te achterhalen. Bovendien kunnen berichten op social media invloed hebben op het recreatieve gebruik als er bijvoorbeeld meldingen worden gemaakt van gevaarlijke situaties. Vandaar dat wij een analyse

hebben gemaakt van de berichten op social media (o.a. Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn en kranten) met betrekking tot de Zandmotor via de tool Coosto. Dit heeft input geleverd voor de vragenlijst en voor de interviews met stakeholders.

2.6 Interviews met stakeholders

Via interviews met stakeholders is onderzocht of er vormen van recreatief gebruik op de Zandmotor zijn die verenigbaar zijn dan wel knelpunten opleveren. Met vier stakeholders zijn via telefonische interviews semigestructureerde interviews gehouden aan de hand van een gespreksleidraad (Bijlage 3), die vooraf met de opdrachtgever is afgestemd. De vragen zijn voorafgaand aan het interview opgestuurd naar de stakeholder zodat deze zich kon voorbereiden. Resultaten uit de interviews zijn, waar mogelijk, als vragen verwerkt in de vragenlijst. Er zijn interviews gehouden met een beleidsmedewerker Recreatie, toerisme en strandveiligheid van de gemeente Westland, de reddingsbrigade, een recreatieondernemer en met de Stichting Duinbehoud.



Afbeelding 2.1 Informatiebord over de Zandmotor.

3 Socialmedia-analyse

3.1 Inleiding

Meningen en emoties worden veelvuldig gedeeld op social media en kunnen daarmee een bron zijn om associaties bij de beleving van de Zandmotor te achterhalen. Bovendien kunnen berichten op social media invloed hebben op het gebruik, bijvoorbeeld wanneer een melding binnenkomt van het spotten van een zeehond. Onder social media verstaan we alle vormen van interactieve onlinecommunicatie in het publieke domein. Bekende voorbeelden zijn Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, blogs en fora. Ook nieuwsmedia zijn grotendeels 'social' geworden; berichten worden gedeeld via sociale netwerken en voorzien van commentaar. Diverse spelers zijn actief op sociale media: burgers, consumenten, bedrijven, politici, bestuurders, journalisten. Vandaar dat wij een analyse hebben gemaakt van de berichten op social media met betrekking tot de Zandmotor. Hiervoor hebben we het programma Coosto gebruikt.

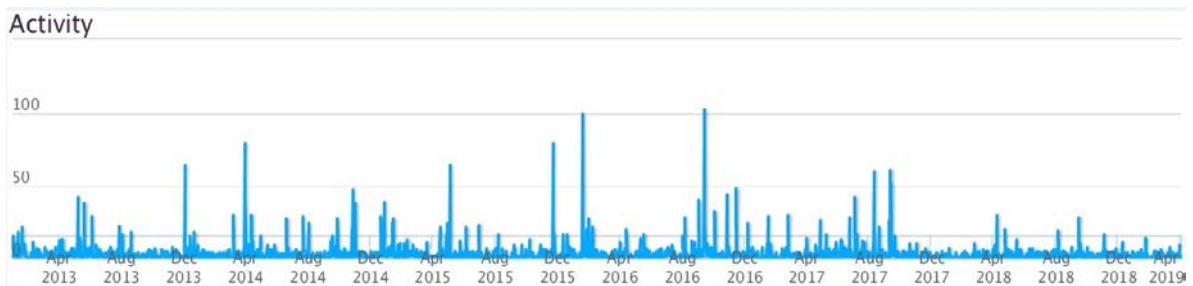
In deze analyse hebben wij ervoor gekozen om een specifieke zoekopdracht (query) te construeren rondom de 'Zandmotor'. Met behulp van deze zoekopdracht kan in het programma Coosto gezocht worden naar berichtgeving op het onderwerp 'Zandmotor' (de query). We hebben op het woord 'Zandmotor' gezocht naar berichten vanaf 1 januari 2013 tot en met maart 2019. Coosto categoriseert websites in type bron: blog, forum, Twitter en Facebook.

3.2 Overzicht

In totaal zijn er vanaf 1 januari 2013 meer dan 8.000 berichten op social media geplaatst waarin het woord 'Zandmotor' voorkwam. Dit is gedaan door circa 1.000 unieke auteurs, waarbij er meer mannen een bericht hebben verstuurd dan vrouwen.

Tabel 3.1 Samenvatting berichten in social media tussen 2013-2018 met key Zandmotor.

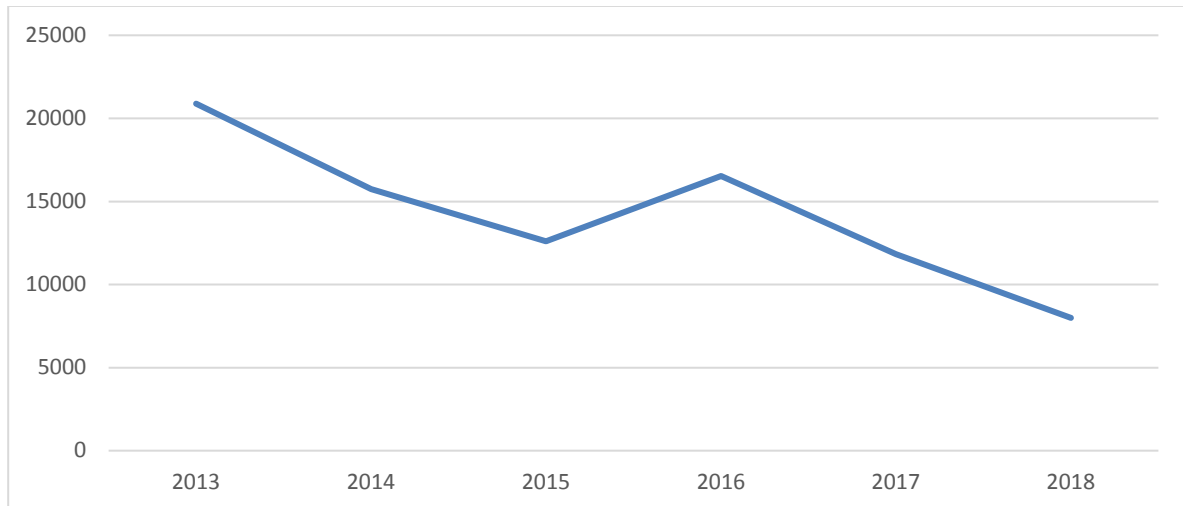
Aantal berichten	8.038
Sentiment	15% positief, 5% negatief
Bronnen	1000 accounts van verschillende websites
Auteurs	1000 unieke auteurs geïdentificeerd; 37% man, 16% vrouw, 47% onbekend



Figuur 3.1 Aantal berichten op social media per maand tussen 2013-2019 met key Zandmotor.

Er is een kleine constante stroom van berichten over het gebied, en dagen met duidelijke pieken. Die pieken hebben te maken met opvallende gebeurtenissen, zoals waarschuwingen voor drijfzand, verdrinking of het spotten van een zeehond. Het zwaartepunt ligt hierbij in de winterperiode van 2015 en het najaar van 2016. Berichten kunnen veel of weinig woorden bevatten. We zien dat in 2013

mensen veel woorden hebben gebruikt in berichten en dat het aantal woorden per jaar steeds minder wordt, met uitzondering van 2016 (fig. 3.3).



Figuur 3.2 Aantal woorden in berichten op social media per jaar met key Zandmotor.

Het programma Coosto houdt bij of een bericht een positief dan wel een negatief sentiment kent. Dit wordt gedaan door te zoeken op woorden in een bericht met een positieve lading zoals 'mooi' en 'schitterend' en een negatieve lading zoals 'lelijk' en 'vies'. Erg betrouwbaar is deze indeling niet en aan de 15% positieve berichten moet dan ook niet al te veel waarde worden gehecht, maar het zijn er in ieder geval meer dan de negatieve berichten.

3.3 Bronnen, bereik en invloed

Twitter is het meest gebruikte platform om over de Zandmotor te berichten: bijna 84% van het totaal aantal berichten bestaat uit tweets (Tabel 3.2).

Tabel 3.2 Aantal berichten op social media per 1-1-2013 per platform met woord 'Zandmotor'.

Platform	Aantal berichten	Percentage
Twitter	6.723	84
Blog	909	11
Forum	339	4
Facebook	67	1
Totaal	8.038	100

Als we kijken naar de specifieke bronnen waarin over het gebied wordt bericht, dan valt op dat in de top 10 van meeste berichten veel individuen voorkomen (Tabel 3.3). De berichtgeving in de nieuws-media komt vrijwel uitsluitend uit de lokale media, zoals WestlanderNu en websites van De Zandmotor en KNRMA. Op een hoger schaalniveau lijkt de media-aandacht voor de Zandmotor beperkter te zijn: er is relatief weinig aandacht van de nationale media.

Tabel 3.3 Top 10 van bronnen met de meeste berichten.

Bron	Aantal berichten
pietjepier	350
Tom_zulu10	309
PietvanNoort	150
WestlandersNu	118
willem(gaatvissen)	79
DeZandmotor	73
P2000Regio15	73
Brilmans	72
Steephsel	59
knrma	59

3.4 Locatie van meest besproken berichten

Tabel 3.4 laat duidelijk zien dat de berichtgeving over de Zandmotor een sterk lokale aard heeft. Berichten uit de gemeenten Den Haag en Westland (waar de Zandmotor ligt) staan op kop, gevolgd door Rotterdam en Delft. Opvallend is ook dat vanaf een aantal eilanden over de Zandmotor wordt bericht.

Tabel 3.4 Gemeenten met aantal berichten over de Zandmotor.

Gemeente	Totaal
's-Gravenhage	1.027
Westland	504
Rotterdam	136
Delft	123
Texel	11
Goeree-Overflakkee	10
Wageningen	8
Leiden	7
Velsen	7
Ameland	6

3.5 Bereik/aantal followers

Als we kijken naar het bereik van de berichtgeving over de Zandmotor, dan valt duidelijk op dat de 'media reach' relatief beperkt is. Van de landelijke media heeft *de Volkskrant* op zijn Twitter-account tweemaal aandacht besteed aan het gebied, evenals de redactie van *VRT* en weervrouw Helga van Leur. Maar dit zijn wel websites met een groot bereik zoals uit het aantal volgers blijkt. Verder lijkt het bereik van de media zich dus vooral te beperken tot lokale/regionale schaal.

Tabel 3.5 Aantal berichten en followers per website.

Website	Aantal berichten	Aantal followers
Volkskrant	2	740.273
vrtderedactie	2	372.248
helgavanleur	2	199.070
regio15	18	164.489
Rijkswaterstaat	11	140.848
ANWBverkeer	1	140.810
omroepwest	43	135.384
GemeenteDenHaag	3	100.914
P2000_in	4	49.519
henkvanderzwaan	9	45.158

3.6 Inhoud van berichten

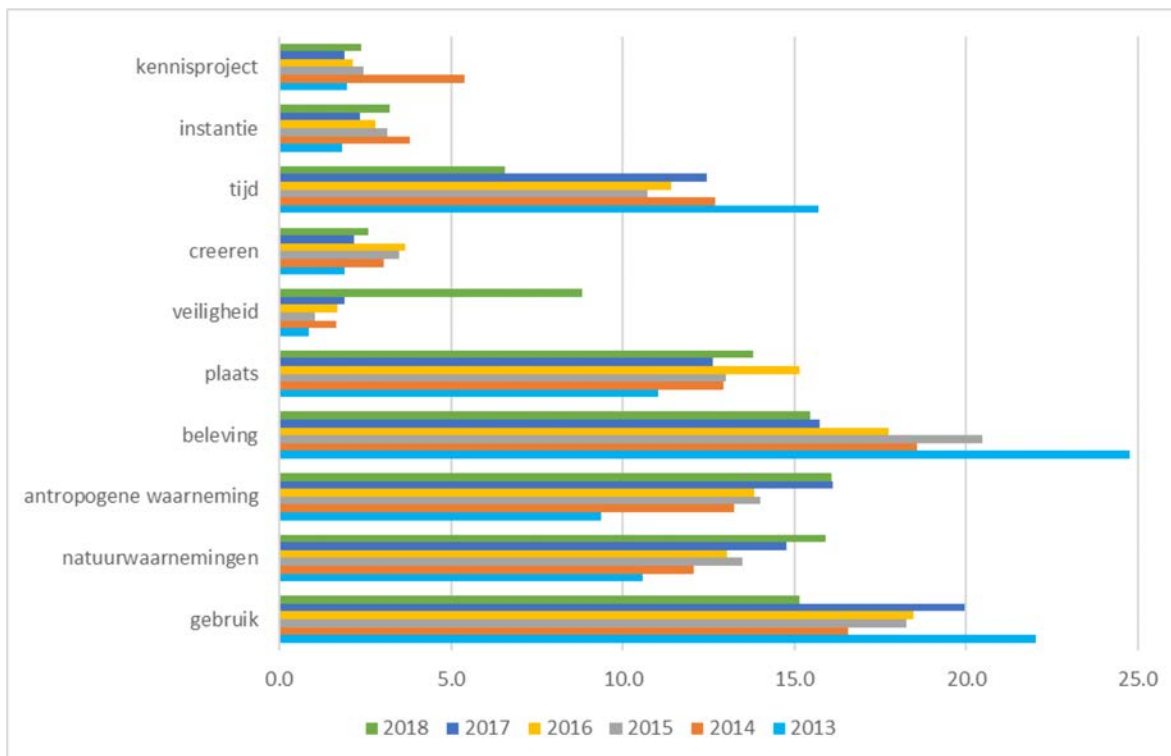
Om een beeld te krijgen van de inhoud van de berichten hebben we geanalyseerd welke woorden in absolute zin het meest worden gebruikt. Dit doen we per jaar om te onderzoeken of er een verschuiving optreedt. Per jaar zijn de 500 meest gebruikte woorden via <https://wordcounttools.com/> geanalyseerd. Daarbij zijn lidwoorden en persoonlijke voornaamwoorden zoals 'ik', 'wij' weggelaten. Ook zijn woorden handmatig samengevoegd die op hetzelfde betrekking hebben zoals 'wandeling' en 'wandelen'.

Uit Tabel 3.6 blijkt dat het woord 'Zandmotor' uiteraard het meest gebruikte woord is door de jaren heen. In 2018 blijkt het woord 'CO₂' veelgebruikt te zijn. Op het bericht dat de Zandmotor 300.000 ton CO₂ het milieu inblaast, is veelvuldig gereageerd.

Tabel 3.6 Meest gebruikte woorden op social media met key Zandmotor door de jaren heen.

2013	2014	2015	2016	2017	2018
Zandmotor (1478)	Zandmotor (1530)	Zandmotor (1366)	Zandmotor (1719)	Zandmotor (1347)	Zandmotor (922)
gaan (625)	naar (365)	naar (274)	naar (359)	gaan (262)	CO ₂ (600)
naar (595)	water (313)	water (262)	jaren (308)	naar (259)	natuur (213)
weer (434)	meer (298)	gaan (236)	strand (307)	water (253)	strand (187)
uur (409)	uur (291)	strand (227)	Nederland (293)	weer (231)	monster (179)
zien (389)	gaan (285)	meer (207)	gaan (288)	monster (210)	Kijkduin (172)
water (354)	Nederland (249)	veel (179)	Kijkduin (285)	strand (203)	kust (146)
komen (334)	weer (232)	natuur (179)	water (247)	vissen (200)	water (144)
meer (307)	jaren (217)	komen (173)	komen (225)	strandopgang (183)	naar (137)
goed (292)	KNRM (217)	Kijkduin (167)	nieuw (207)	kust (182)	meer (118)

Maar opvallend is dat vrijwel dezelfde woorden door de jaren heen vaak genoemd worden. De woorden 'gaan', 'naar', 'water', 'meer' komen steeds voor. Ook plaatsnamen worden veel genoemd, zoals 'Kijkduin'. In een wordcloud van 2018 ziet het er als volgt uit:



Figuur 3.4 Categorie (%) door de jaren heen op social media met de key Zandmotor.

3.7 Conclusie

Toen de Zandmotor in 2013 echt vorm begon te krijgen, is er op social media veel over bericht, met name over de recreatieve mogelijkheden en de beleving van de Zandmotor. Dit neemt in de loop der jaren af en we zien een verschuiving naar berichten over hoe het gebruikt wordt, zowel door mensen als ten nutte van flora en fauna. De laatste jaren zijn ook 'incidenten' zoals verdrinking of discussie over CO₂ aanleiding om over de Zandmotor te berichten.

Er blijkt een redelijk vaste stroom woorden te zijn die in de berichten over de Zandmotor op social media veel gebruikt worden. Dan gaat het om berichten over bezoek aan de Zandmotor en wat men daar gezien heeft (water, meer en strand).

De lagune op de Zandmotor is een element waarover vaak bericht wordt en is daarmee een belangrijk onderdeel van de beleving van de Zandmotor. Dit onderdeel is dan ook in de vragenlijst opgenomen en ook is een interview gehouden met een gebruiker van de lagune, namelijk de kitesurfschool.

4 Stakeholderanalyse

4.1 Inleiding

De provincie Zuid-Holland wil – naast recreatieve bezoekers van De Zandmotor – ook graag stakeholders betrekken in het onderzoek naar recreatief gebruik. Het gaat dan om stakeholders die via hun professionele betrokkenheid contacten hebben met recreanten. Doel van de gesprekken is om een completer beeld te krijgen van de ervaren mogelijkheden en beperkingen van het strand voor recreatie.

Binnen het onderzoek is ruimte voor vier interviews. In afstemming met de opdrachtgever is besloten om organisaties te betrekken die actief zijn in verschillende velden: een regionale overheid, de reddingsbrigade, een recreatieondernemer en een natuurorganisatie. De provincie heeft een aantal suggesties gedaan van organisaties om eventueel bij het onderzoek te betrekken. Deze zijn benaderd voor een interview en stonden hiervoor open. Het gaat om:

- Gemeente Westland
- Haagse Vrijwillige Reddingsbrigade (HVRB)
- Strandpaviljoen en kitesurfschool Blow Beachhouse
- Stichting Duinbehoud

In Bijlage 2 is de lijst van geïnterviewden opgenomen.

Een korte toelichting op de betrokkenheid van de vier stakeholders bij de Zandmotor is zinvol. Het zuidelijke deel van Zandmotor ligt op grondgebied van de *gemeente Westland*. De gemeente Westland heeft haar visie op de Zandmotor neergelegd in de Beleidsvisie Beleef Westland (2012). Daarnaast is ook de Kustvisie Westland (Gemeente Westland, 2018) geraadpleegd, ter voorbereiding op de interviews. De Kustvisie is nimmer door de gemeenteraad vastgesteld en heeft daarmee geen formele status. Voor deze studie is de visie wel geraadpleegd, omdat (1) de visie evenwel openbaar toegankelijk is gemaakt door publicatie op de website van de gemeente Westland, (2) de visie daarmee voor het specifieke doel van het onderzoek als indicatief vertrekpunt mocht worden aangemerkt. De Zandmotor krijgt verder aandacht in het recreatief-toeristische beleid van de gemeente en ook kustveiligheid is een belangrijke pijler voor de gemeente. De *HVRB* waarborgt de veiligheid van circa 11 km strand op grondgebied van de gemeente Den Haag, gedurende de maanden juni tot september. Ook het noordelijke deel van de Zandmotor maakt hier deel van uit. Zij doet dit met meer dan 100 vrijwillige lifeguards. Lifeguards surveilleren per auto, boot, fiets of te voet. Dit gebeurt vanaf vier strandposten. De post op de Zandmotor is in 2016 opgeheven, omdat de waterlijn vanaf deze post niet te overzien was. Elke post beschikt over een terreinvoertuig, reddingsboot, waterscooter en communicatieapparatuur. De eigenaars van *Strandpaviljoen en kitesurfschool Blow Beachhouse* zijn zes jaar geleden gestart met het geven van kitesurflessen op de Zandmotor. Inmiddels is hun kitesurfschool uitgegroeid tot een watersportcentrum met ook een kitesurfshop en een strandpaviljoen. Dit is het strandpaviljoen dat het dichtst bij de lagune ligt. *Blow* is inmiddels één van de grootste kitesurfscholen van Nederland. *Stichting Duinbehoud* is een landelijke organisatie voor de bescherming van het Nederlandse kustgebied. Zij komt op voor de natuurbelangen en voor de belangen van mensen die van deze natuur willen genieten. Zij stuurt regelmatig adviezen naar de overheid en naar beheerders om de natuur beter te beschermen of om nieuwe natuurgebieden in te richten. Bij de Zandmotor is Duinbehoud sinds de fase van planvorming betrokken.

Gekozen is voor een semigestructureerde opzet van de gesprekken. Dat betekent dat een gespreksleidraad is samengesteld van thema's die aan de orde komen, maar dat er daarnaast ook ruimte is voor geïnterviewden om eigen onderwerpen naar voren te brengen die zij relevant achten. Voor het samenstellen van de gespreksleidraad zijn de resultaten uit eerder onderzoek op de Zandmotor (2012, 2015) gezien op mogelijk interessante uitkomsten om voor te leggen. De gespreksleidraad kende de volgende opbouw:

-
- Introductie en kennismaking
 - Visie op de Zandmotor
 - Recreantengroepen
 - Toekomst
 - Tot slot: vragen of opmerkingen

In Bijlage 3 is de gespreksleidraad opgenomen. Deze is vooraf aan de geïnterviewden toegestuurd, zodat zij de mogelijkheid hadden zich voor te bereiden op het gesprek. Voorafgaand aan een interview is nadere informatie verzameld over de betrokkenheid van de organisatie bij de Zandmotor.

Drie van de vier interviews hebben plaatsgevonden voorafgaand aan het veldwerk op de Zandmotor. Op deze manier kon informatie uit de interviews gebruikt worden om de vragenlijst die voorgelegd wordt aan bezoekers aan te scherpen. Het vierde interview, met de Stichting Duinbehoud, heeft plaatsgevonden toen het veldwerk al geruime tijd liep. Dit had als voordeel dat enkele eerste inzichten voorgelegd konden worden en – indien nodig – wellicht geduid konden worden.

Dit hoofdstuk bespreekt de bevindingen uit de interviews. In paragraaf 4.2 gaan we iets dieper in op de betrokkenheid van de stakeholders bij de Zandmotor, en daarmee op de context van de bevindingen, en wordt de visie van stakeholders op de unieke waarden van de Zandmotor uiteengezet. Paragraaf 4.3 gaat in op het recreatieve gebruik van de Zandmotor. Daarbij wordt ook stilgestaan bij de vraag in hoeverre verschillende recreatievormen verenigbaar zijn. In paragraaf 4.4 worden knelpunten besproken die uit vorig Zandmotor-onderzoek naar voren kwamen: spelen deze nog steeds en zijn er mogelijkheden om deze knelpunten op te lossen? Tot slot blikken we vooruit naar de toekomst in paragraaf 4.5.

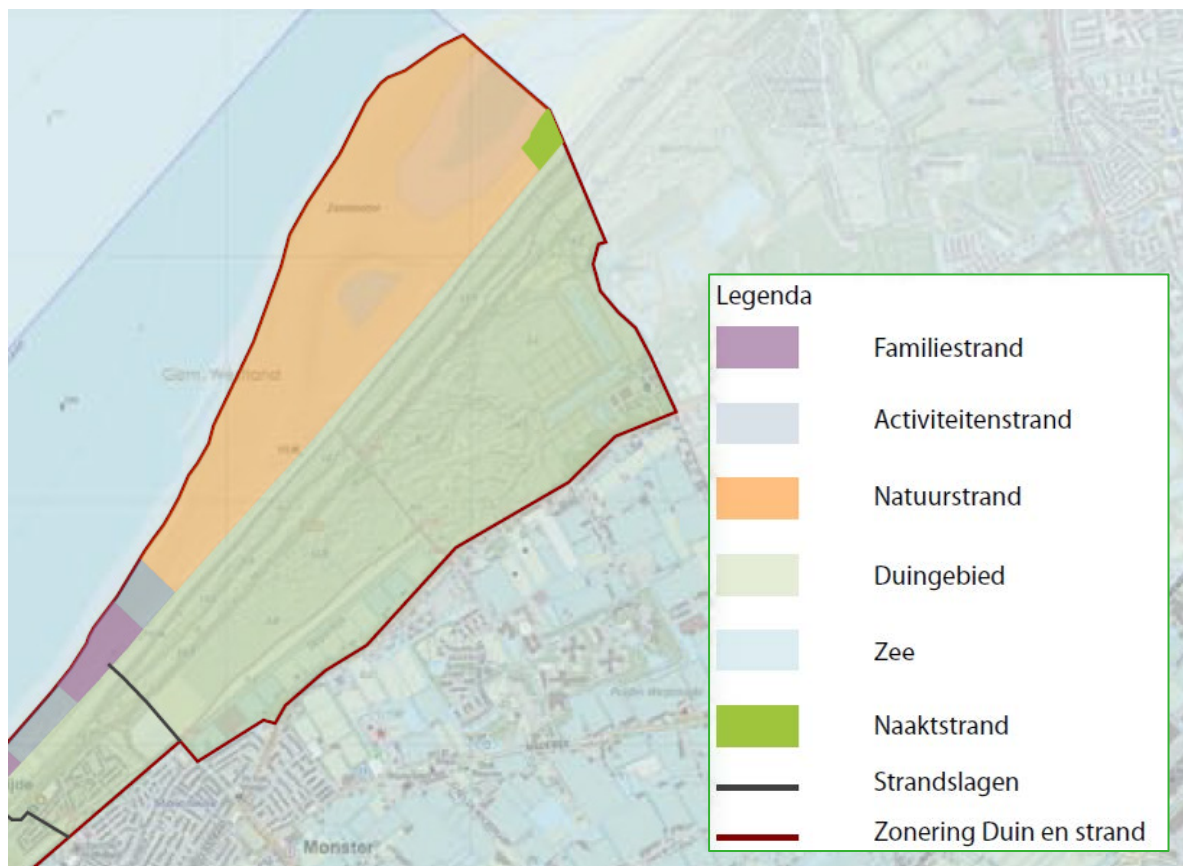
4.2 Unicité en kernwaarden van de Zandmotor

Alle geïnterviewden zijn het erover eens dat de kuststrook van de Zandmotor uniek is. De gemeente wijst daarbij op de ontstaansgeschiedenis en het achterliggende concept van kustbeveiliging. Daarmee is de Zandmotor enig in zijn soort op wereldniveau. Samenhangend met het concept achter de Zandmotor noemt de gemeente ook de dynamiek van de Zandmotor. Door invloed van wind en golven verandert de Zandmotor constant van vorm. Het meest expliciet is dat zichtbaar rond de lagune: natuurlijke factoren bepalen hoe het eruitziet, met iedere storm verplaatst het meer zich in noordelijke dan wel zuidelijke richting. Ook qua recreatiemogelijkheden behoort de Zandmotor tot een uniek stukje Nederland. De kitesurfschool wijst erop dat de omstandigheden op de Zandmotor ideaal zijn om het kitesurfen onder de knie te krijgen. Dat komt doordat de voordelen van de kust (de constante wind) gecombineerd zijn met de voordelen van het relatief veilige water van de lagune (ondiep, weinig stroming, geen golfslag). Ook voor de gevorderde kitesurfer biedt dit kustgebied ideale omstandigheden, en wel door het ontbreken van zogenaamde choppies, stuiterende golven, die de Noordzeekust kenmerken. Doordat het water van de lagune vlak is, kunnen gevorderde kitesurfers zich goed afzetten en heel hoge sprongen maken, aldus de kitesurfschool. De Zandmotor trekt niet alleen kitesurfers uit Nederland, maar ook uit omliggende landen, met name België en Duitsland. Ook de gemeente onderschrijft dit. Zij noemt de Zandmotor in haar Beleidsvisie Beleef Westland (2012) het walhalla voor kitesurfers. De Stichting Duinbehoud relateert het unieke van de Zandmotor aan de ligging binnen een sterkt verstedelijkte omgeving. De ervaring van ruimte en weidsheid is bijzonder in dit deel van Nederland. Wil je een vergelijkbare zandvlakte waar het ongestuurde overheerst en natuurlijke elementen hun gang kunnen gaan, dan moet je naar de Waddeneilanden. Ook licht Duinbehoud toe dat door de overstuiving van vers zand de Zandmotor een natuurgebied is waar in potentie primaire, ofwel embryonale duinen zich goed kunnen ontwikkelen; de kleinere zoetwaterplas (het duinmeertje op Figuur 2.2) heeft de potentie om zich tot een natte duinvallei te ontwikkelen. In relatie tot natuurwaarden is het voorts tekenend dat de bontbekplevier hier sinds kort broedt. De Stichting Duinbehoud geeft aan dat dit een zeer kenmerkende soort is in relatie tot het ongestuurde beheer van het duingebied. In het verleden rustte de zeehond uit op de Zandmotor, maar door mensendrukke kiest hij er tegenwoordig voor om zich alleen in zee te laten zien. De HVRB erkent ook belevingswaarden als rust en ruimte, maar kijkt vooral vanuit het perspectief van veiligheid naar de Zandmotor. Ze beschouwt het in dat opzicht in grote lijnen vergelijkbaar met de reguliere stranden.

4.3 Recreatief gebruik

Voor een goed beeld van de recreatieve ambities die de gemeente Westland heeft ten aanzien van de Zandmotor is in eerste instantie de Kustvisie Westland (Gemeente Westland, 2018) geraadpleegd. In de kustvisie worden vijf strandprofielen onderscheiden voor de Westlandse kuststrook: familiestrand, (water)activiteitenstrand, natuurstrand, naaktstrand en extreme sportenstrand. Figuur 4.1 laat zien dat de Zandmotor bijna volledig is getypeerd als natuurstrand, ofwel 'strand waarbij de nadruk ligt op natuurontwikkeling en extensieve strandrecreatie. De strandbezoeker komt hier voor de rust, ruimte en natuur. Er zijn geen voorzieningen'.

Het zuidelijkste deel van de Zandmotor, nabij strandslag Molenslag, is aangewezen als familiestrand. Bij dit strandprofiel ligt de nadruk op de aanwezigheid van basisvoorzieningen ten behoeve van gezinnen met kinderen. Deze voorzieningen beperken zich voornamelijk tot de food- en drinksector en tot activiteiten ten behoeve van kinderen, aldus de Kustvisie. Tot slot is tegen de grens met de gemeente Den Haag een zone aangewezen waar naaktrecreatie is toegestaan.



Figuur 4.1 Hoofdindeling type strand, uitsnede voor de Zandmotor (Gemeente Westland, 2018).

De geïnterviewden constateren dat De Zandmotor in de praktijk de wat sportievere en actieve recreant trekt. Bezoekers komen op de Zandmotor om te wandelen, vliegeren, picknicken of fossielen op te graven (dit laatste veelal in gezinsverband). En om te kitesurfen, zoals we reeds in paragraaf 4.2 schetsten. Voor het wandelen is relevant dat het gehele gebied is aangewezen als losloopgebied voor honden. Een deel van de wandelaars wordt hierdoor dus aangetrokken. De gemeente licht toe dat het strand dusdanig groot van omvang is, dat aanwijzing als hondenlosloopgebied gerechtvaardigd is. Verder constateren de geïnterviewden een toename van georganiseerde groepsactiviteiten. Zo hebben inmiddels diverse juttersverenigingen het strand ontdekt: zijn gaan met groepen het strand op. De Stichting Duinbehoud valt een toename van vrijetijdsbesteding in het luchtruim op, iets wat zij niet graag ziet vanwege verstoring van flora (zie paragraaf 4.4). Het gaat dan om onder meer het vliegen met drones, paragliden en ook om gemotoriseerde varianten hierop: paramotorvliegen.

Daarbij wordt een motor op de rug van de piloot gedragen of geplaatst op een onderstel op drie of vier wielen.

De gemeente licht toe dat de Zandmotor door haar breedte geen strand is voor badgasten: de afstand tot de zee is simpelweg te groot. Ook de HVRB constateert dat. De prioritaire taak van de HVRB is de bestrijding van de verdrinkingsdood, en richt zich daarbij expliciet op baders, zwemmers en watersporters. Dat staat ook in de missie van de reddingsbrigade. De groep watersporters op de Zandmotor bestaat vooral uit kitesurfers. De ervaring van de reddingsbrigade is dat kitesurfers op de Zandmotor niet per se het gevaar opzoeken. De meerderheid komt om veilig te leren kitesurfen, op de lagune. Ook de ervaren kitesurfers komen naar de lagune, en dat verloopt over het algemeen goed. De overige bezoekers, zoals wandelaars, hebben niet de specifieke aandacht van de HVRB. In meer algemene zin waarschuwt de HVRB wandelaars wel voor vloed. Dat speelde enkele jaren geleden meer dan nu: de Zandmotor was toen heel vlak, waardoor een deel van het strand, aan de zeezijde van de lagune, met opkomende vloed helemaal onder water kwam te liggen. Mensen moesten dan door de lagune terug om op het hoger gelegen gedeelte te komen. In de lagune kon het diep zijn, mensen liepen tot hun middel door het water, aldus de HVRB.

4.4 Knelpunten in recreatief gebruik

De ervaring van de gemeente is dat alle recreatie op de Zandmotor goed samengaat. De gemeente heeft een loket, het meldpunt leefomgeving, waar klachten gemeld kunnen worden. Bij de geïnterviewde beleidsmedewerker komen geen klachten binnen omtrent de Zandmotor. De gemeente heeft voor haar kustgebied een goede balans tussen recreatie- en natuurdoelen voor ogen. Die ambitie was ook het startpunt van de Kustvisie Westland. De visie is tot stand gekomen na een participatietraject, zo legt de beleidsmedewerker recreatie uit. Daarbij is onder andere gesproken met meer dan 30 organisaties, waaronder ook de Stichting Duinbehoud. Diverse partijen hebben voorts schriftelijke inbreng geleverd. Zo ook de Werkgroep Bescherming Westlandse Kust (WBWK). Stichting Duinbehoud licht toe dat Duinbehoud één van de partijen was die zitting had in de Werkgroep Bescherming Westlandse kust. In deze werkgroep waren allerlei 'bloedgroepen' vertegenwoordigd. Het ingebrachte stuk van de WBWK (WBWK, 2017) op de kustvisie geeft een idee van de lokale plannen waarover in die periode werd gesproken, zoals strandhuisjes en een hellingbaan bij Ter Heijde/Molenslag. De WBWK noemde deze plannen onwenselijk. De gemeente licht toe dat geen van de ontwikkelingen is toegestaan. In relatie tot Solleveld reageert de WBWK op de plannen voor het verder ontsluiten van de duinen. Ook deze ontwikkeling ziet de WBWK als onwenselijk.

De gemeente licht toe dat geen van de ontwikkelingen is toegestaan. Zij heeft in haar kustvisie al duidelijke keuzes gemaakt in de zin van niet verruimen van parkeermogelijkheden. De beleidsmedewerker geeft ook aan dat de beperkte ontsluiting (relatief beperkt aantal parkeermogelijkheden en alle tegen betaling) en het nauwelijks toestaan van jaarrond strandpaviljoens bewuste keuzes zijn geweest, om het strand rustig te houden. En dat werkt, aldus de gemeente: de aantallen bezoekers zijn niet schrikbarend hoog, extra maatregelen nemen is niet aan de orde.

Ook de HVRB constateert geen knelpunten. Zij zien vooral dat verschillende recreantengroepen goed met elkaar overweg kunnen, dat er respect is voor elkaar. Calamiteiten op het strand verschillen niet veel van andere stranden. De Zandmotor kent wel relatief meer EHBO-gevallen, vanwege letsels aan armen, benen, schouders en nek. Dat houdt verband met het kitesurfen dat hier plaatsvindt. De reddingsbrigade weet verder te melden dat het aantal incidenten met kitesurfers op zee enorm is afgenomen: door de aanwezigheid van kitesurfscholen en de mogelijkheid van de lagune. Beginnende kitesurfers krijgen les, leren het surfen op de lagune. 'De lagune van de ZM leent zich fantastisch om het op zee veilig te houden.' Bovendien lossen de instructeurs kleinere incidenten zelf op. Daarmee ontlast zij de HVRB, die zich kan richten op de open zee. Uit haar rapportage blijkt dat in 2017 elf calamiteiten zijn geregistreerd met kitesurfers. De commandant van de HVRB schat in dat het merendeel daarvan niet rond de Zandmotor plaatshad, maar in Scheveningen.

De HVRB is sinds de aanleg betrokken bij de Zandmotor. Omdat de gevaren vooraf niet goed in te schatten waren, is bij aanvang een zwemverbod vastgesteld. Dat was een preventieve, bestuurlijke

veiligheidsmaatregel. Na één jaar is het algehele zwemverbod omgezet naar een gedeeltelijk zwemverbod. Dit verbod was enkel van kracht op de lagune, vanwege de gevaarlijke stroming. In 2014 is ook dit zwemverbod opgeheven. Grootste aandachtspunt in relatie tot veiligheid vormen de zanduitvloeiingen van de Zandmotor in zee. De uitvloeiingen kenmerken zich door een bankstructuur, plekken in zee, nabij de kust, waar het zand zich ophoopt. Hier ontstaan afwisselend ondieptes, gaten en muistromen. In de loop der jaren zijn deze uitvloeiingen van de Zandmotor steeds noordelijker komen te liggen; ze liggen inmiddels (situatie mei 2019) ter hoogte van Kijkduin. De exacte locaties van deze uitvloeiingen kunnen per dag verschillen. De zee bij Kijkduin is daardoor veel onberekenbaarder geworden, is de ervaring van de reddingsbrigade.

De kitesurfschool meent ook dat alle recreatievormen goed samengaan. Kitesurfen botst niet met bezoek door badgasten, omdat kitesurfen vooral buiten het hoogseizoen plaatsvindt. Kitesurfen is immers gebaat bij harde wind (minimaal windkracht 5). De kitesurfschool maakt zich wel zorgen om het verzanden van de lagune. Daarmee neemt de onveiligheid voor kitesurfen toe. Als het meer nog kleiner wordt, zal bovendien het unique selling point van de Zandmotor als kitesurfparadijs verdwijnen. Ook wijst de kitesurfschool erop dat het deels droogvallen van de lagune nu reeds stankoverlast (zwavel) geeft.

De Stichting Duinbehoud is van mening dat het recreatieve gebruik groter is dan bij de aanleg was voorzien. Duinbehoud constateert wel enige wrijvingen tussen recreatie en natuur. De druk van recreatie – recreanten komen overal – maakt

dat de ecologische potentie niet voldoende tot haar recht komt. Duinbehoud noemt in dat verband twee constatering. Recreatievormen waar Duinbehoud zich aan stoort, zijn met name de drones en de paramotors. Drones mogen volgens de Stichting niet boven Solleveld, een Natura 2000-gebied. En ook paramotors hebben een vergunning nodig van de gemeente. Bij gebrek aan handhaving vliegen zowel de drones als de paramotors daar wel door de lucht. Daarmee staan zij op gespannen voet met natuur, met name de rust die vogelsoorten nodig hebben. Als tweede valt de Stichting op dat er heel veel met dienstauto's wordt gereden op de Zandmotor. In de basis van noord naar zuid, dat levert een soort verkeersweg op, een meter of tien van de primaire duinwand af. Het gaat volgens Duinbehoud werkelijk om alle instanties die je kunt bedenken: douane, politie, Hoogheemraad Delfland, strandtenthouders, reddingsbrigade. De geïnterviewde consultant kan zich niet voorstellen dat dat allemaal functioneel rijden betreft. Hij ziet dat dit alles een deel van de natuurlijke ontwikkeling remt: de primaire duinvorming wordt platgereden. Dit alles sluit aan bij hetgeen de WBWK, waar de Stichting Duinbehoud deel van uitmaakt, in haar reactie op de Kustvisie specifiek als wens in relatie tot de Zandmotor heeft geformuleerd:

'Optimaal beschermen, zodat plantengroei kan aanslaan en embryonale duinen zich kunnen ontwikkelen. Verkeer op de zandmotor beperken, want nu lijkt het wel een vrijstaat.'

4.5 Opgaven voor toekomst

Recreatieve potentie meer benadrukken?

De gemeente ziet de Zandmotor als een uniek project, ook om het Westland op de kaart te zetten. Tegelijkertijd constateert de beleidsmedewerker recreatie dat de Zandmotor niet bekend is bij het grote publiek. Het strand geniet enkel regionale bekendheid. Marketingbureau Bezoek Westland van de gemeente geeft weliswaar uitleg over de Zandmotor op haar website, maar het actief naar buiten brengen van de Zandmotor als hotspot, doet zij niet. Wat betreft natuurbeleving en vrijetijdseconomie zou Westland meer kunnen profiteren van het gebied dan nu het geval is. De gemeente zoekt daarin voor de toekomst naar de juiste manier van profileren: willen we het groter maken of klein houden? Overigens heeft de gemeente in haar kustvisie al duidelijke keuzes gemaakt in de zin van niet verruimen van parkeermogelijkheden en wijst de beleidsmedewerker er ook op dat de beperkte ontsluiting (relatief beperkt aantal parkeermogelijkheden en alle tegen betaling) en het nauwelijks toestaan van jaarrond strandpaviljoens bewuste keuzes zijn geweest, om het strand rustig te houden. [Naschrift op basis van schriftelijke mededeling gemeente Westland, mei 2020: Momenteel wordt er

gewerkt aan een beleidsstuk over de wenselijkheid van uitbreiding van strandpaviljoens. In juni 2019 heeft B&W aan de raad voorgesteld om het aantal van negen bestaande paviljoens te handhaven en niet uit te breiden (maar wel meer jaarrondexploitatie toe te staan van enkele paviljoens).]

Natuurpotentie tot haar recht laten komen

Stichting Duinbehoud constateert dat het recreatieve gebruik van de Zandmotor groter is dan voor de aanleg was voorzien. De stichting meent dat de Zandmotor een grote ecologische potentie heeft, maar dat deze niet tot haar recht komt vanwege het ongecontroleerde recreatieve gebruik. Zij pleit ervoor om bepaalde delen van de Zandmotor in het broedseizoen met een simpele afzetting (paaltjes en een lijntje) te markeren om aan te geven dat hier mogelijk vogels broeden en niet mogen worden verstoord door recreanten en honden. Dat gaat dan met name om het gebied nabij het Schelpenpad, waar de bontbekplevier broedt.

Gericht beheer om Zandmotor als kitesurf-hotspot veilig te stellen

De Zandmotor is aangelegd als tijdelijke kustbeveiliging. Door de werking van wind en afslag zal het brede strand in de loop van dertig jaar verdwijnen. Ook de twee lagunes die op de Zandmotor liggen, zijn onderhevig aan weersinvloeden. De stakeholders zien met name het grote meer daadwerkelijk veranderen: waar enige jaren geleden het meer nog een open verbinding met de zee had en daarmee de invloed van eb en vloed zichtbaar was, is de waterhoogte van de lagune nu stabiel over de dag heen. Maar wat vooral opvalt, is dat de lagune in de loop van de afgelopen jaren aanzienlijk kleiner is geworden en meer is verzand. Waar de gemeente en de reddingsbrigade de tijdelijkheid van de Zandmotor als gegeven beschouwen, heeft de kitesurfschool een andere kijk op de Zandmotor. De ondernemer wijst erop dat bij aanleg niemand had voorzien dat de Zandmotor de recreatieve hotspot zou worden die het is geworden, vanwege de aantrekkingskracht van de lagune op kitesurfers en recreanten. Zij meent dat de fundering is gelegd, nu is de overheid aan zet om deze plek voor de toekomst te waarborgen. De ondernemer ziet het als taak van de lokale en regionale overheid om mee te bewegen met de dynamiek van de Zandmotor. Dat betekent concreet dat het hands off-beheer dat de realiteit is op de Zandmotor moet worden losgelaten voor in ieder geval de lagune. Met gericht beheer moet de lagune worden uitgediept, aldus de ondernemer. De ondernemer hoopt dat ook andere stakeholders de potentie van de Zandmotor en de kans om een blijvende hotspot te realiseren, inzien. Vooralsnog lijken de overige stakeholders hiervan niet overtuigd. Ook de Stichting Duinbehoud niet. Duinbehoud, dat beseft dat de ecologische potentie weer zal verdwijnen met het wegslaan van de Zandmotor, voelt weinig voor gericht beheer. Uniek aan de Zandmotor is het ongestuurde: "De bontbekplevier die hier nu broedt, zal dan elders zijn plek weer vinden."

Tot slot: de meeste geïnterviewden waren reeds voor de start betrokken bij de Zandmotor. Er vond ook regelmatig breed overleg plaats. Dat overleg is op een gegeven moment gestopt. Geïnterviewde stakeholders vonden dat prima: op een gegeven moment was alles wel besproken. Nu er keuzes gemaakt moeten worden over de nabije toekomst van de Zandmotor, lijkt er onder een aantal stakeholders wel weer behoefte aan een breed en structureel overleg. Duidelijke aanspreekpunten ontbreken. De gemeente geeft aan dat vanaf 2020 overleg met stakeholders weer zal worden opgestart.

5 Gebruik en waardering

5.1 Inleiding

In totaal hebben 1274 respondenten de vragenlijst ingevuld. Daarvan zijn 146 respondenten reguliere strandbezoekers die op/bij de boulevard van Kijkduin geïnterviewd zijn.

In totaal zijn er dus 1128 respondenten geïnterviewd die de Zandmotor hebben bezocht. Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten hiervan. Een vergelijking van deze respondenten met de reguliere strandbezoeker wordt in hoofdstuk 8 beschreven. Bij sommige vragen is een vergelijking met eerdere jaren mogelijk. Dat wordt tevens in dit hoofdstuk beschreven.

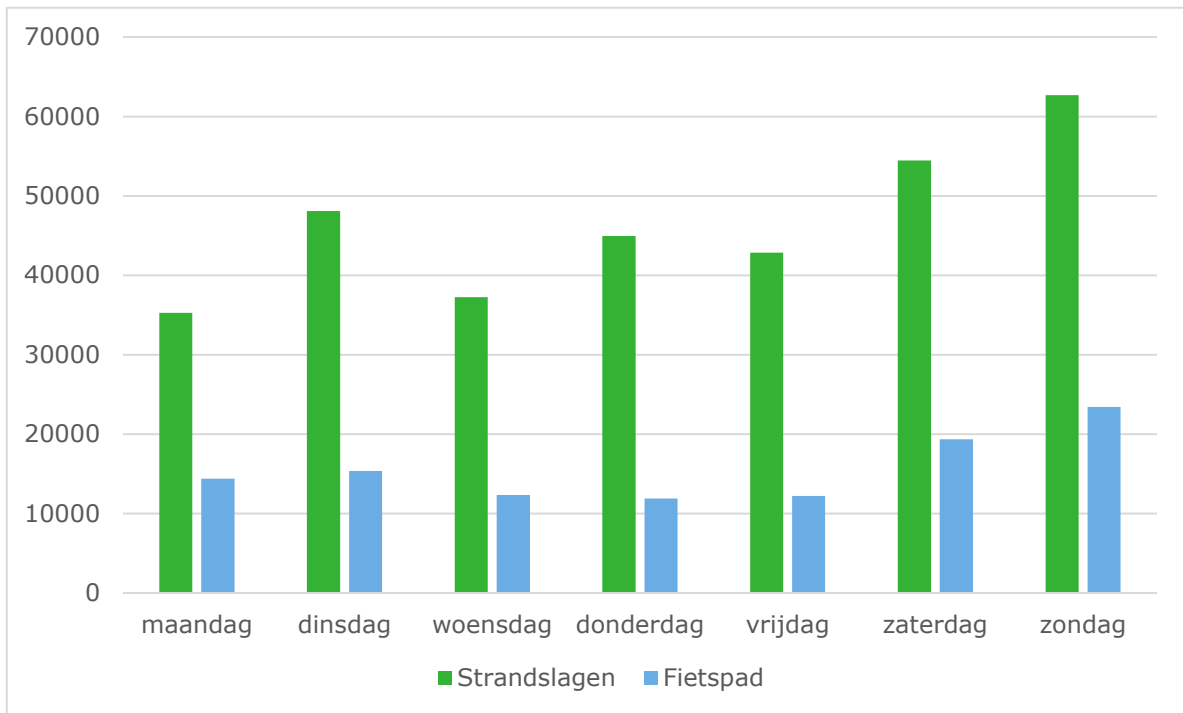
5.2 Het recreatieve gebruik

Om het recreatieve gebruik van de Zandmotor vast te stellen, zijn zowel de tellingen als de antwoorden uit de vragenlijst geanalyseerd.

5.2.1 Tellingen

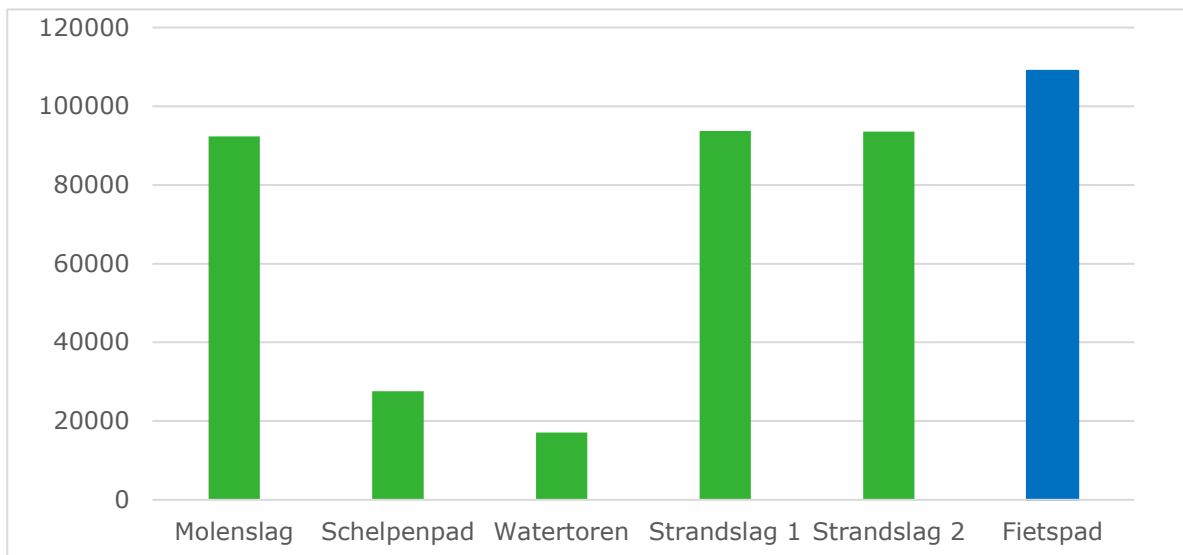
In de periode vanaf 18 juli 2019 tot en met februari 2020 zijn er met behulp van infrarode sensoren 433.227 bezoeken geteld op en nabij de Zandmotor. Op het fietspad zijn 108.994 bezoeken geteld en 324.233 bezoeken via één van de vijf strandslagen.

In Bijlage 1 is uitgebreid beschreven hoe deze tellingen tot stand zijn gekomen. De tellingen op basis van de infrarode sensoren zijn niet 100% adequaat en geven een onderschatting van het werkelijke aantal recreanten. Er is ook niet jaarrond geteld. Voor een heel jaar is de ruwe schatting, gebaseerd op het gemiddelde van 1441 bezoeken per dag in deze zevenenhalve maand, minstens 525.000 bezoeken. Het aantal bezoeken in deze zevenenhalve maand wisselt per dag, maar de zondagen zijn het drukst, gevolgd door de zaterdag. Ook de dinsdagen zijn relatief druk. Het kan zijn dat dit het effect is van nabijgelegen vakantieparken waar toeristen een midweek hebben geboekt. Die arriveren op maandag en gaan dan op dinsdag naar de Zandmotor. De weekenddagen zijn ook de drukke dagen voor het fietspad.



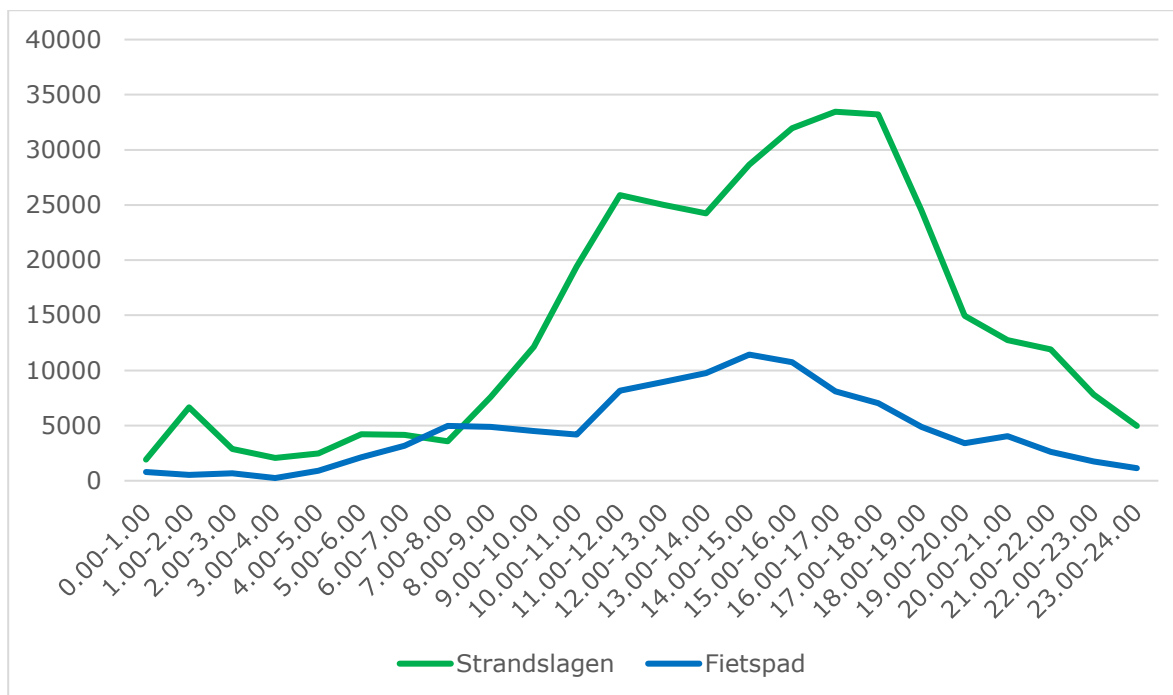
Figuur 5.1 Aantal bezoeken per dag.

De meeste bezoekers bereiken de Zandmotor via Molenslag, Strandslag 1 of 2. De strandslagen Schelpenpad en Watertoren worden beduidend minder gebruikt. Dit zijn de twee strandslagen zonder parkeergelegenheid voor auto's. Dit beeld is gelijk aan het onderzoek uit 2015.



Figuur 5.2 Aantal bezoekers per locatie.

Het fietspad wordt ook zeer veel gebruikt. De sensor kan echter niet de richting bepalen. De tellingen op 25 mei (zie Bijlage 1) geeft aan dat er evenveel recreanten richting Kijkduin gaan als richting Ter Heijde.

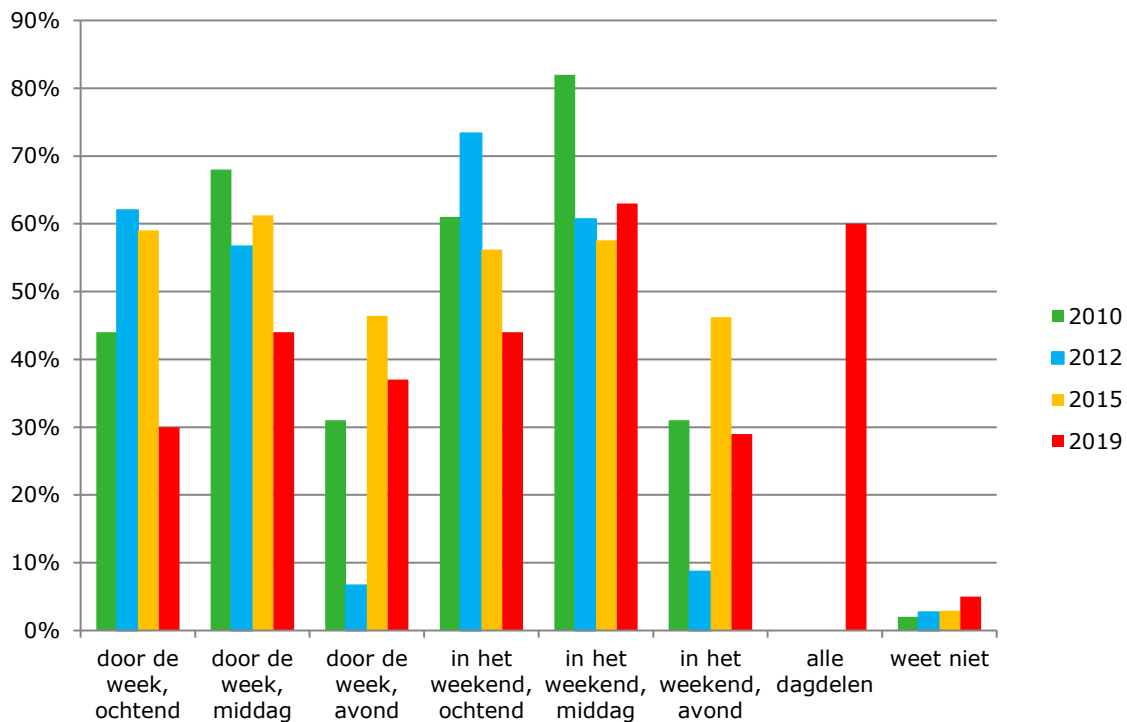


Figuur 5.3 Aantal bezoekers per uur.

Vanaf 07.00 uur komen er steeds meer bezoekers op de Zandmotor, om een subtop te bereiken tussen 11.00-12.00 uur. Tussen 16.00-18.00 uur zijn de meeste bezoekers op de Zandmotor, om daarna snel af te nemen. Circa 8% is 's nachts op de Zandmotor (00.00-08.00 uur) en 19% in de ochtend (08.00-12.00 uur). Tussen 12.00-16.00 uur is de drukste periode met 32%, gevolgd door 31% tussen 16.00-20.00 uur. 's Avonds (20.00-00.00 uur) is 11% van de bezoekers op de Zandmotor. Op het fietspad is het vooral 's middags druk, met tussen 14.00-15.00 uur de drukste periode.

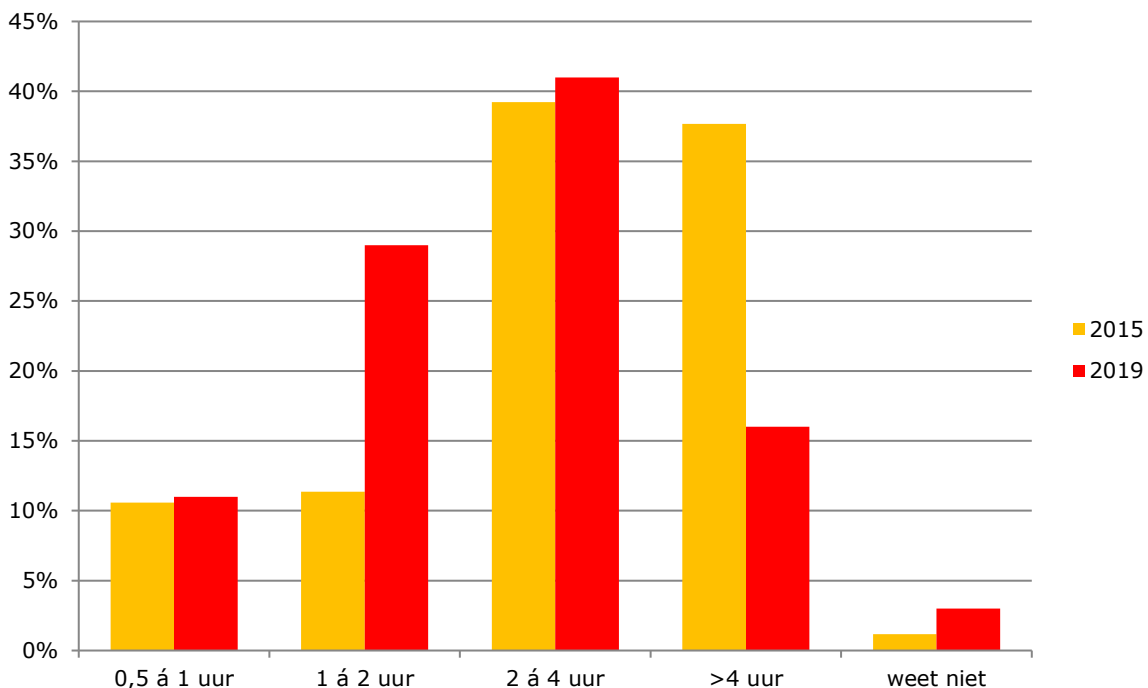
5.2.2 Tijdstip, tijdsduur en frequentie van bezoek Zandmotor

De respondenten hebben via de vragenlijst aangegeven op welke dagdelen en welke seizoenen ze de Zandmotor bezoeken. Het blijkt dat vooral de middagen populair zijn. Maar liefst 60% van de respondenten geeft aan op alle dagdelen (ochtend, middag, avond) de Zandmotor weleens te bezoeken. Deze optie was in 2015 niet aangeboden, zodat de verdeling ten opzichte van 2015 anders is.



Figuur 5.4 Verdeling bezoekers naar dagdeel.

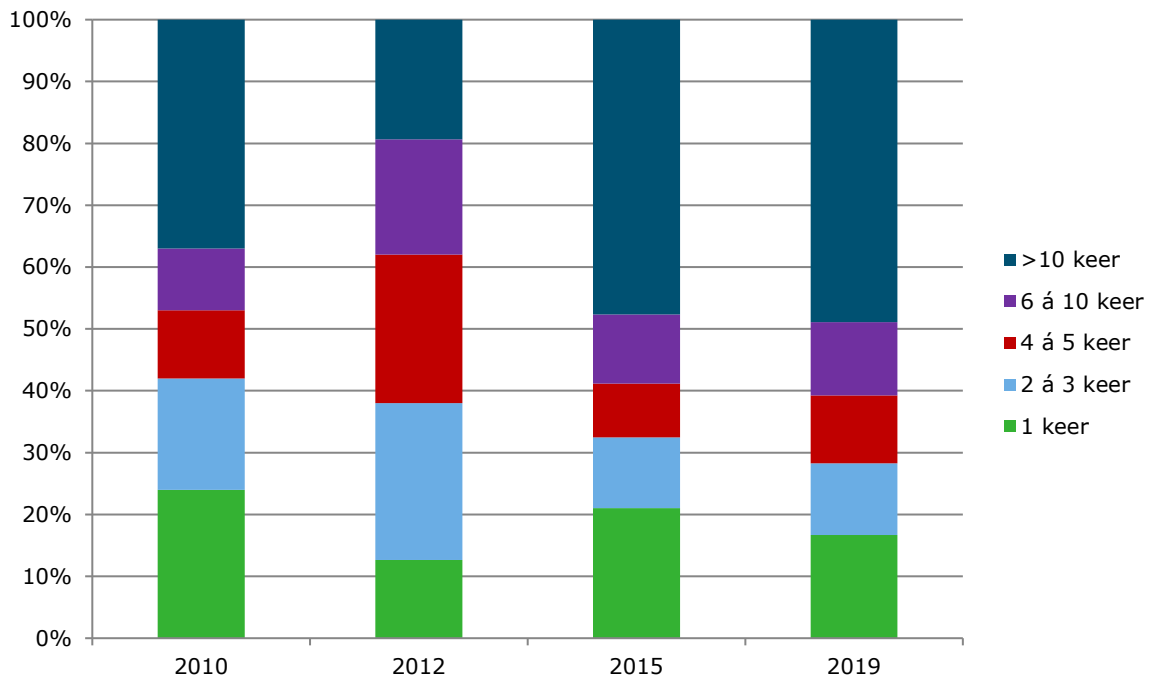
Van de respondenten zegt 83% in alle seizoenen de Zandmotor te bezoeken. De Zandmotor is dus duidelijk een jaarrond bestemming. 50% zegt in de zomer de Zandmotor te bezoeken, 43% in de lente, 42% in de herfst en 17% in de winter.



Figuur 5.5 Verdeling bezoekers per tijdsduur.

Meer dan de helft van de respondenten bezoekt de Zandmotor meer dan twee uur (fig. 5.5). De tijdsduur is in 2019 echter wel afgenomen ten opzichte van 2015. Het aantal keren per jaar dat de respondenten op de Zandmotor zeggen te komen, is weergegeven in Figuur 5.6. Ongeveer de helft

van de respondenten geeft aan in 2019 meer dan tien keer per jaar op de Zandmotor te komen. Gemiddeld komt men dertien keer op het strand tussen Kijkduin en Ter Heijde waar nu de Zandmotor ligt. De verdeling in 2019 is ongeveer gelijk aan 2015. Voor 16% van de respondenten was het de eerste keer dat ze de Zandmotor bezochten.



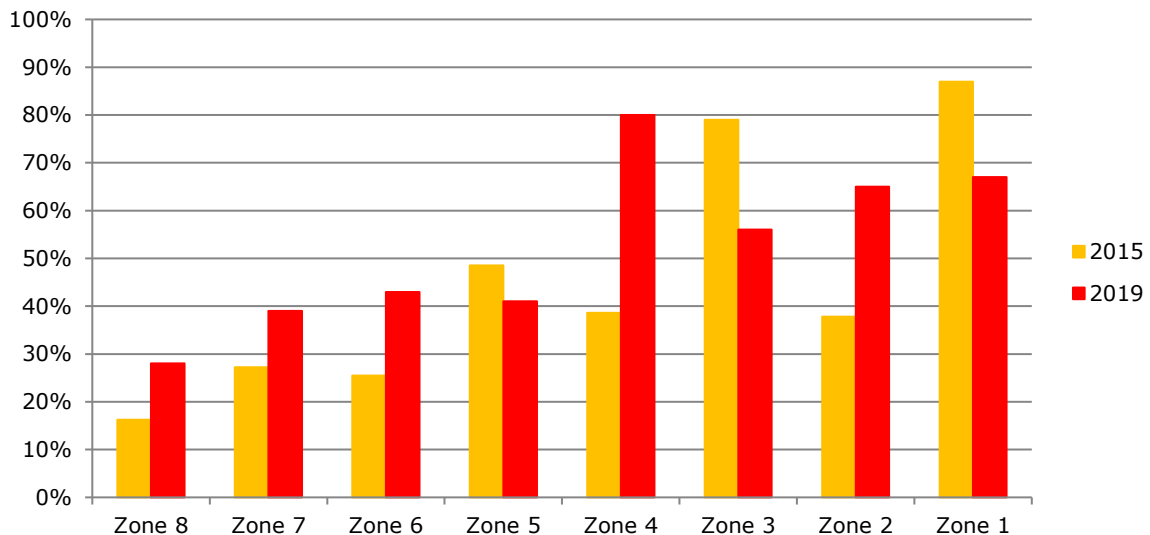
Figuur 5.6 Aantal bezoeken aan de Zandmotor per jaar.



Figuur 5.7 Zonering van de Zandmotor.

Om een beeld te krijgen van zones waar mensen komen, is de Zandmotor opgedeeld in acht zones, zie Figuur 5.7. Grofweg liggen zone 1 en 2 in de gemeente Den Haag en de overige zones in gemeente Westland. De respondenten is gevraagd in welke zones ze regelmatig komen.

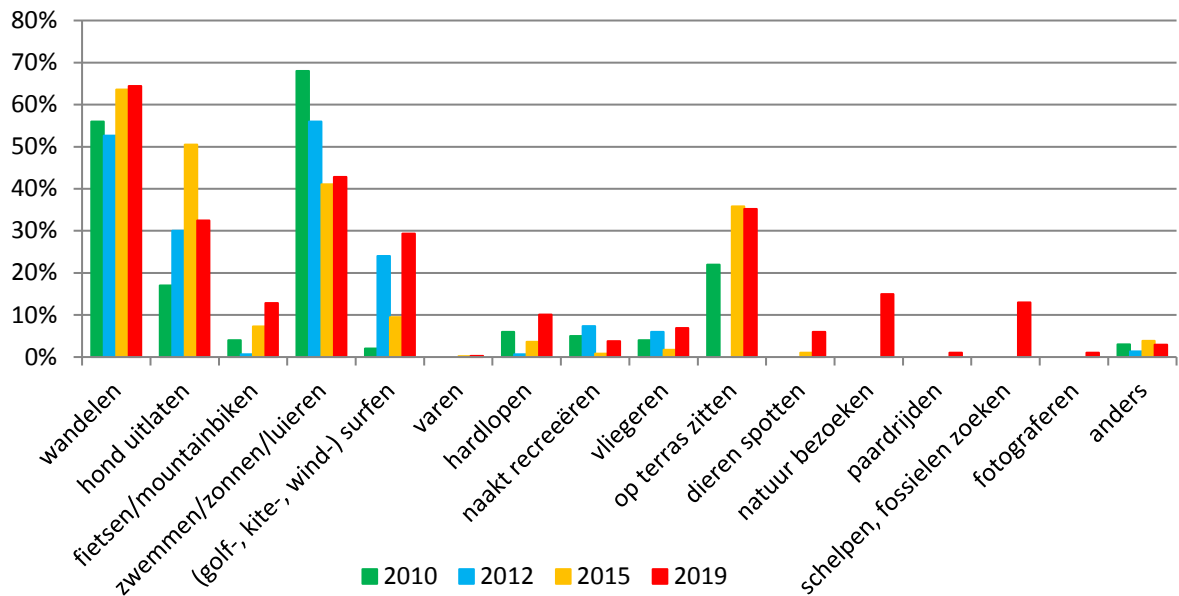
Opvallend is het hoge bezoek in 2019 aan zone 4, waar de lagune ligt. Dit komt omdat er relatief veel kitesurfers zijn ondervraagd en dit het gebied is om te kitesurfen. Deze hoge bezoekaantallen gelden ook voor zone 2. Het noordelijke deel van de Zandmotor (zone 1) wordt meer bezocht dan het zuidelijke deel (zone 7). We zien ook dat de meeste zones in 2019 meer worden gebruikt dan in 2015. Alleen zones 1, 3 en 5 (het meer 'doorgaande' strand) worden in 2015 meer bezocht. De Zandmotor trekt in 2019 dus meer mensen dan in 2015. 64% van de mensen geeft aan dat ze minstens op één van de opgespoten zones komt; dat zijn de zones 2, 4, 6 of 8. Dat was in 2015 circa 50%.



Figuur 5.8 Percentage van bezoekers dat betreffende zone bezoekt (waarbij meer(dere) zones kunnen worden bezocht).

5.2.3 Ondernomen activiteiten en bezoekmotief

Wandelen is de populairste activiteit op de Zandmotor en is in vergelijking met voorgaande jaren stabiel tot licht toegenomen. Zwemmen/zonnen/luieren zijn tevens populaire activiteiten op de Zandmotor en zijn licht toegenomen ten opzichte van 2015. Op een terras zitten is de op twee na populairste activiteit en is redelijk stabiel. De hond uitlaten is de vierde populaire activiteit, maar dit percentage is gedaald in vergelijking met 2015. Flink gestegen is het aandeel bezoekers dat zegt te kitesurfen. Dit komt omdat er in 2019 de mogelijkheid was om de vragenlijst online in te vullen en de plaatselijke kitesurfvereniging actief was in het ronddelen van flyers met een oproep om mee te doen met het onderzoek. Deze mogelijkheid was er in voorgaande edities niet en kitesurfers hebben vaak geen tijd voor een interview bij het kitesurfen of bij de voorbereiding/opruimen.

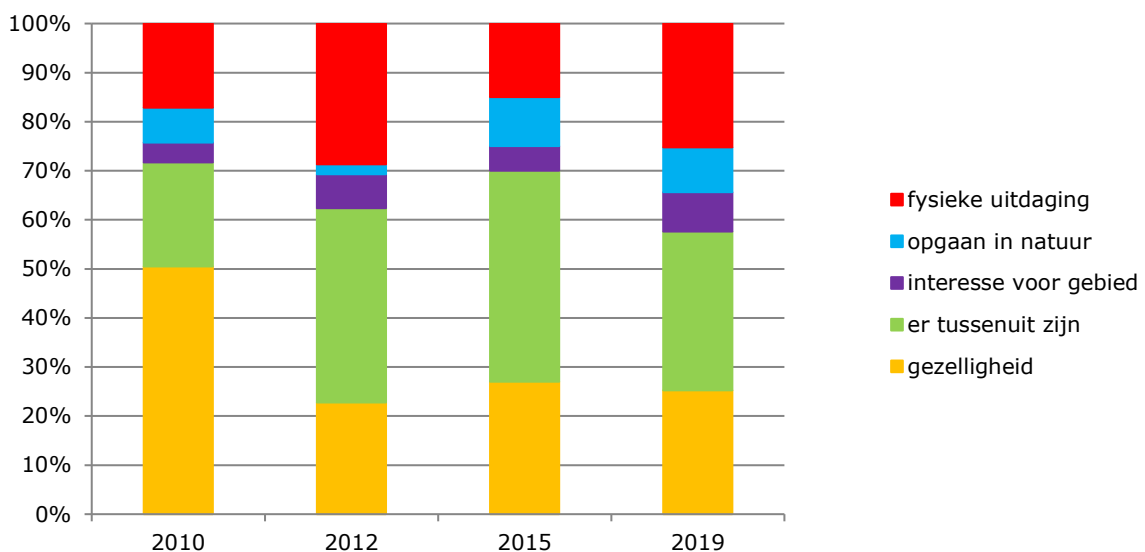


Figuur 5.9 Activiteiten (%) die door geënquêteerde bezoekers ondernomen worden.

In 2019 is de activiteitenlijst ook uitgebreid, en natuur bezoeken wordt met 15% ook relatief veel gedaan. Het bezoek aan natuurgebied Solleveld was in 2015 circa 9%. Alhoewel niet helemaal vergelijkbaar (in 2019 is niet, zoals in 2015, specifiek naar Solleveld gevraagd), lijkt het erop dat natuur bezoeken is toegenomen. Dat is ook terug te vinden in het percentage dieren spotten, dat van 1% in 2015 is toegenomen naar 6% in 2019. Een relatief belangrijke activiteit die voor het eerst in 2019 is gevraagd, is het schelpen en fossielen zoeken, dat met 13% wordt beoefend.

Respondenten is ook gevraagd met welke motieven ze zijn gaan recreëren. Ze kunnen 100% verdelen over de volgende motieven:

- Gezelligheid; Gezellig samen op stap;
- Er tussen uit; Even weg om de batterij weer op te laden;
- Interesse voor gebieden; Lekker ertussenuit en ook nog iets leren;
- Volledig opgaan in de planten- en dierenwereld; Liefde voor natuur is het kernwoord;
- Uitdaging; De fysieke uitdaging wordt aangegaan.



Figuur 5.10 Verdeling recreatiemotieven

De vraag over bezoekmotief is in 2008 ontwikkeld door WENR en in vorige edities van het Zandmotor-onderzoek toegepast. Bij de vraag hoort een korte omschrijving van het motief die de respondenten moeten lezen om de context te begrijpen, voordat ze hun verdeling geven. Deze korte omschrijving is in voorgaande edities niet gebruikt, zodat de antwoorden niet helemaal vergelijkbaar zijn.

Opvallend is de sterke toename van 'fysieke uitdaging' naar 25%, maar dat komt waarschijnlijk door de eerdergenoemde acties van de kitesurfschool om kitesurfers te stimuleren deel te nemen aan de vragenlijst. Hoewel er sprake is van een afname (11% punt) van het motief 'ertussenuit' in 2019 (32%) ten opzichte van 2015 (43%), blijft dit ook in 2019 nog wel steeds het belangrijkste motief. Dit wordt gevolgd door het motief 'gezelligheid', dat in aandeel redelijk stabiel blijft (25%). Dit geldt ook voor het motief 'opgaan in natuur'. Er is een lichte toename (van 5% in 2015 naar 8% in 2019) van het motief 'interesse'.

5.2.4 Persoonlijke kenmerken, leefstijl en aanwezigheid van honden

Van de respondenten is 56% man, 44% vrouw en de gemiddelde leeftijd is 48 jaar.

Tabel 5.1 Verdeling leeftijd in klassen.

Leeftijd in klasse	Aantal	Percentage
15-24	56	5,2
25-34	189	17,7
35-44	196	18,3
45-54	257	24,0
55-64	199	18,6
65-74	145	13,6
75 en ouder	28	2,6
Totaal	1070	100,0

Op de Zandmotor komen relatief weinig jongeren en ouderen. Wellicht is het voor ouderen te ver lopen. De grootste groep bezoekers op de Zandmotor, ongeveer een kwart, is tussen de 45-54 jaar.

Tabel 5.2 Verdeling (%) hoogst genoten opleiding.

Opleiding	Percentage
Geen onderwijs/basisonderwijs	1
Lbo/vbo/vmbo	2
Mavo/eerste 3 jaar havo en vwo/vmbo	6
Mbo	14
Havo en vwo-bovenbouw/wo- en hbo-propedeuse	11
Hbo-/wo-bachelor of kandidaats	44
Wo-doctoraal of master	21
Weet niet	1
Totaal	100

De meerderheid (65%) van de respondenten heeft een redelijk hoog opleidingsniveau (minimaal hbo); 44% heeft hbo-/wo-bachelor of kandidaats en 21% heeft wo-doctoraal of master.

Een meerderheid (72%) van de mensen bezoekt de Zandmotor alleen of met z'n tweeën, zie Tabel 5.3. Dit was in 2015 nog twee derde (69%). Met name mensen die alleen de Zandmotor bezoeken is in 2019 groter. Wellicht komt dit ook door de hoeveelheid kitesurfers.

Tabel 5.3 Verdeling groepsgrootte

Groepsgrootte	Aantal	Percentage	
		2019	2015
Alleen	344	31	23
2 personen	456	41	46
3 personen	120	11	15
4 personen of meer	202	18	17
Totaal	1122	100	100

MarketResponse heeft een analyse uitgevoerd, waarbij de postcode is gebruikt voor het schatten van de 'leefstijl' van de respondent. Een exact profiel per respondent is niet mogelijk, omdat MarketResponse dan antwoord moet krijgen op zeven vrij uitgebreide vragen. Deze vragen zijn in overleg met de opdrachtgever niet gesteld tijdens het veldonderzoek, omdat de vragenlijst al lang duurde en het stellen van deze vragen het nog langer zou maken. De 'dagrecreatie-leefstijlen' worden bovendien tegenwoordig op een andere manier samengesteld (zie Bijlage 1 voor een beschrijving) en zijn daarom niet meer compleet vergelijkbaar met de leefstijlen op basis van de 'oude' (leisure) belevingswerelden die in eerdere onderzoeken zijn gebruikt. Toch zijn er nog wel enige vergelijkingen te maken met 2015.

Tabel 5.4 Verdeling (%) leefstijlen

Leefstijl	Percentage	
	2019	2015
Stijlzoekers	21	11 (stijlvol en luxe, blauw)
Plezierzoekers	18	21 (uitbundig, geel)
Rustzoekers	15	16 (rustig, groen)
Avontuurzoekers	15	6 (creatief en inspirerend, rood)
Inzichtzoekers	12	17 (ingetogen, aqua)
Harmoniezoekers	10	20 (gezellig, lime)
Verbindingszoekers	8	11 (ondernemend, paars)

De stijlzoekers zijn het meest vertegenwoordigd op de Zandmotor (21%) en veel meer dan in 2015 (11%). De omschrijving van deze leefstijl wijkt in 2015 sterk af van de omschrijving in 2019. De leefstijl in 2015 omvat elementen als stijlvol ontspannen en actief sporten. In de omschrijving in 2019 komt dit minder terug en is deze meer gericht op verwend worden, luxe en comfort. De plezierzoekers zijn wel redelijk vergelijkbaar met 2015 en dit percentage is een beetje gedaald naar 18% in 2019 en daarmee de op een na belangrijkste leefstijl. De harmoniezoekers zijn ook redelijk vergelijkbaar met de 'gezellig, lime'-omschrijving in 2015. Stond deze leefstijl in 2015 nog op de tweede plaats, in 2019 is dit sterk gedaald naar 10% en de een na kleinste leefstijl geworden. De rustzoekers in 2019 komen eveneens redelijk overeen met 'rustig, groen' uit 2015 en hun aandeel is constant gebleven. Dit geldt niet voor de avontuurzoekers die in 2019 in aandeel zijn gestegen in vergelijking met 2015. Maar ook hier is de omschrijving niet helemaal vergelijkbaar. Dit geldt ook voor de inzichtzoeker, waarvan het aandeel in 2019 ook is gedaald. Het minst komen de verbindingszoekers (8%) voor op de Zandmotor. Dit aandeel is ook gedaald, maar evenmin helemaal vergelijkbaar met het 'ondernemend, paars' in 2015.

Een derde (32%) van het aantal (groepen) bezoekers had één of meerdere honden bij zich. In 2015 was dit nog de helft. Er komen dus minder hondenbezitters op de Zandmotor.³ Dit is ook terug te vinden bij de activiteit 'hond uitlaten'. In 2019 komen de hondenbezitters in bijna elke zone waar ook de niet-hondenbezitters komen. De hondenbezitters komen met name in het noordelijke deel van de Zandmotor. Alleen in zone 4 met de lagune komen significant⁴ minder hondenbezitters dan niet-hondenbezitters.

³ Ook nadat gecorrigeerd is door het aantal kitesurfers uit het bestand te halen.

⁴ $P < 0,01$

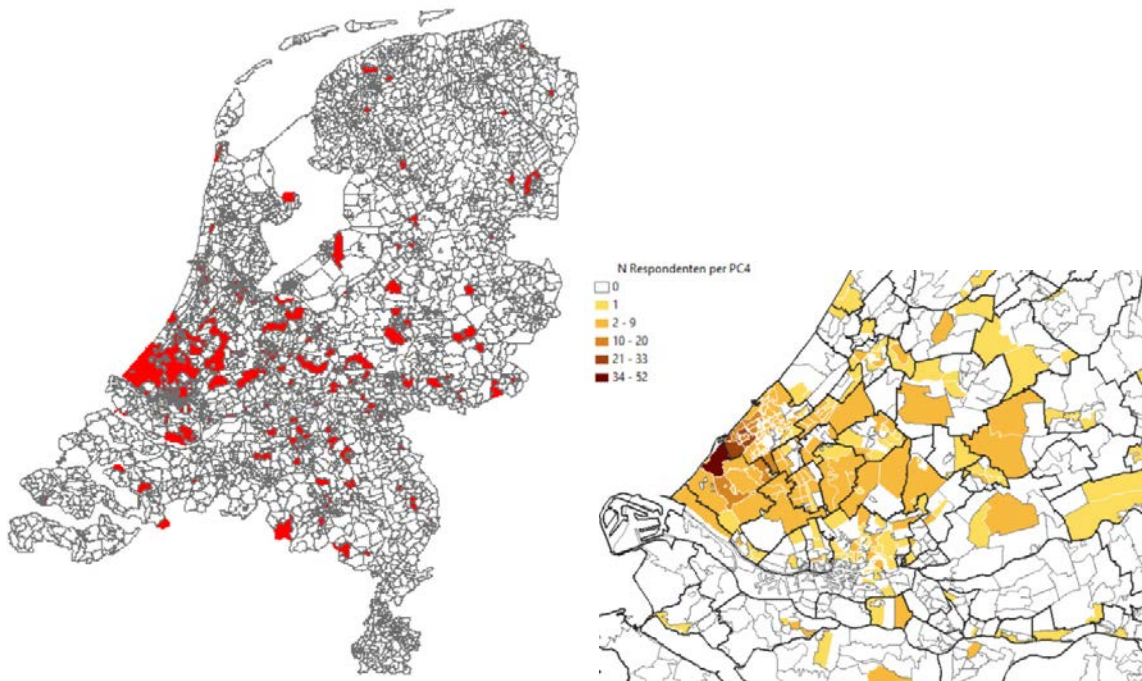
5.2.5 Herkomst, vervoersmiddel

Bijna 90% van de bezoekers komt uit Nederland, 9% uit Duitsland, 0,5% uit België en 0,5% uit overige landen (Tabel 5.5). Aan de hand van de postcode is bepaald waar de respondenten uit Nederland in 2019 vandaan komen. De respondenten komen uit heel Nederland, maar vooral uit Zuid-Holland (fig. 5.12). Binnen Zuid-Holland komen de respondenten met name uit de gemeenten Den Haag (32%), Westland (12%), Delft (4%), Rotterdam (4%) en Leidschendam-Voorburg (4%). De Zandmotor is dus vooral regionaal van betekenis. De gegevens zijn ongeveer gelijk aan 2015, toen 91% uit Nederland kwam en iets minder bezoekers uit Duitsland (6%).

Tabel 5.5 Verdeling (%) woonplaats bezoekers Zandmotor per jaar.

Woonplaats	2019	2015	2012	2010
Den Haag/Westland, waarvan:	44	44	-	45
- Den Haag	32			
- Westland	12			
Overig Zuid-Holland, waarvan:	25	28	-	16
- Delft	4			
- Rotterdam	4			
- Leidschendam-Voorburg	4			
Overig Nederland	21	19	-	18
Duitsland	9	6	-	19
België	1			
Overig	0			

Daarnaast geeft 88% van de bezoekers aan direct vanuit hun woonplaats te komen (met 12% als alternatief een vakantieverblijf). Dit bezoek vanuit de woonplaats was in 2015 lager met 77%. 60% van de respondenten komt per auto; dat is minder dan in 2015 toen nog 67% met de auto kwam. Ongeveer een derde komt te voet (16%) of per fiets (17%). Ten opzichte van 2015 is het aandeel per fiets gestegen met 7%-punt en het aandeel te voet gedaald met 4%-punt. In 2019 komen er in verhouding dus minder bezoekers met de auto of per voet en meer met de fiets. Het aantal bezoekers dat met het openbaar vervoer is gekomen, is zeer beperkt (3%).

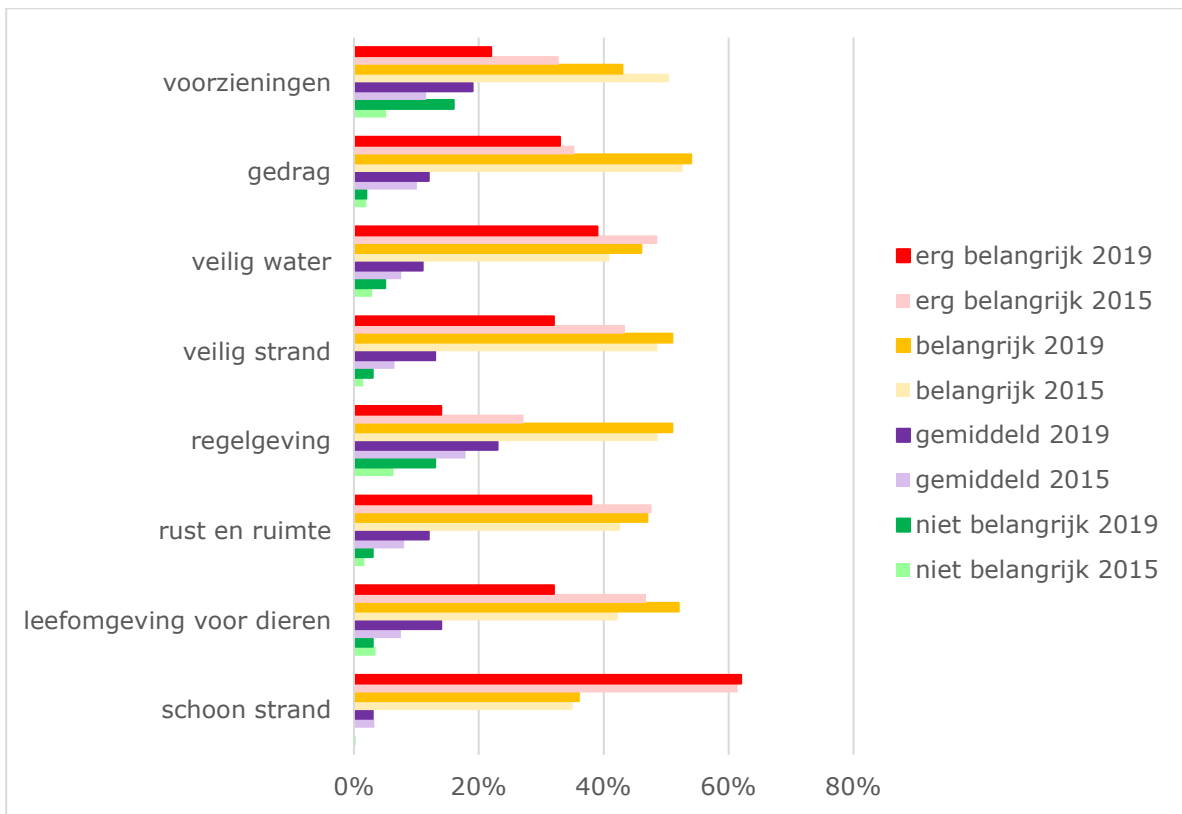


Figuur 5.11 Woonplaats respondenten op basis van 4-positie postcode en gemeentegrenzen in uitsnede.

5.3 Bekendheid en waardering

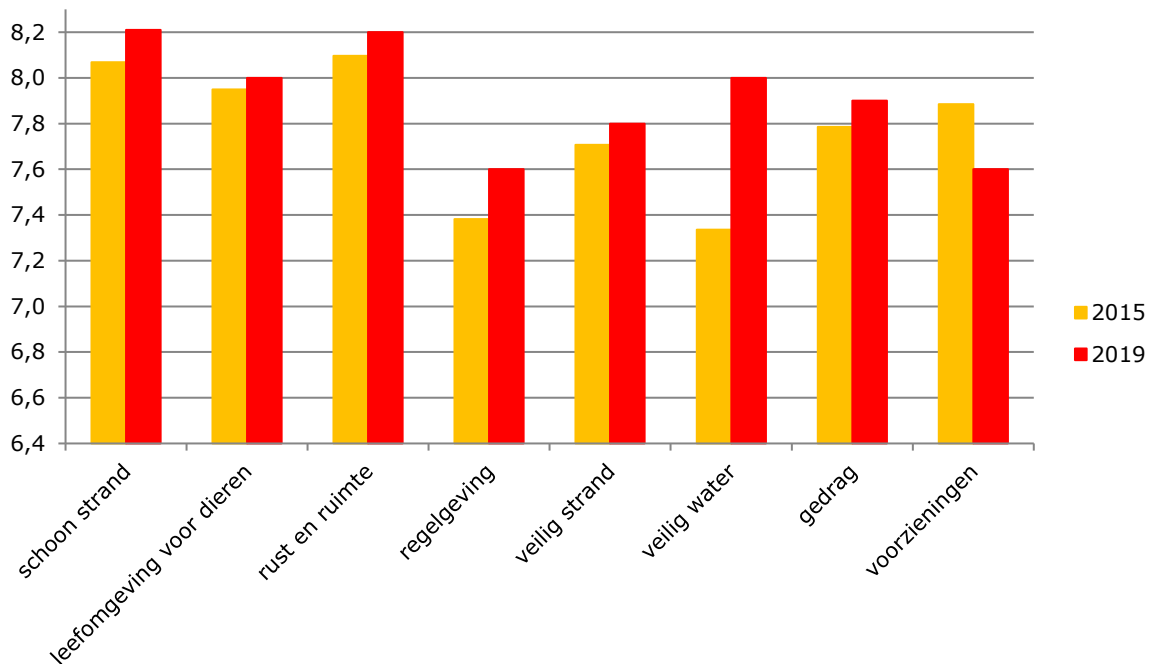
80% van de respondenten weet dat het gebied dat ze op dat moment bezoeken 'Zandmotor' heet. Dat is ongeveer hetzelfde percentage als in 2015 (toen 79%). Van deze 80% kan ongeveer een derde (34%) correct uitleggen wat het doel van het project is en 27% deels. Deze 61% is meer dan in 2015, toen 52% ongeveer correct kon uitleggen wat het doel en de werking van de Zandmotor is. De meeste respondenten (29%) hebben erover gelezen en 25% heeft ervan gehoord via familie, vrienden of kennissen en 13% kent het omdat ze dichtbij wonen. Er zijn in de vragenlijst verschillende aspecten van de Zandmotor genoemd. De respondent gaf telkens aan hoe belangrijk hij/zij dit aspect vond en wat het oordeel van hem/haar was met betrekking tot de Zandmotor.

Het belangrijkste aspect van de Zandmotor is dat men vindt dat het een schoon strand moet hebben (fig. 5.12). Dit belang is in 2019 hetzelfde als in 2015. Ook gedragingen van andere recreanten vindt men een (erg) belangrijk aspect. Een leefomgeving voor dieren en dat het strand veilig is en rust en ruimte geeft, zijn ook belangrijke aspecten. Iets minder belangrijk vindt men de voorzieningen, evenals regelgeving. In het algemeen vond men het in 2015 belangrijker dat deze aspecten aanwezig zouden moeten zijn op de Zandmotor dan in 2019.



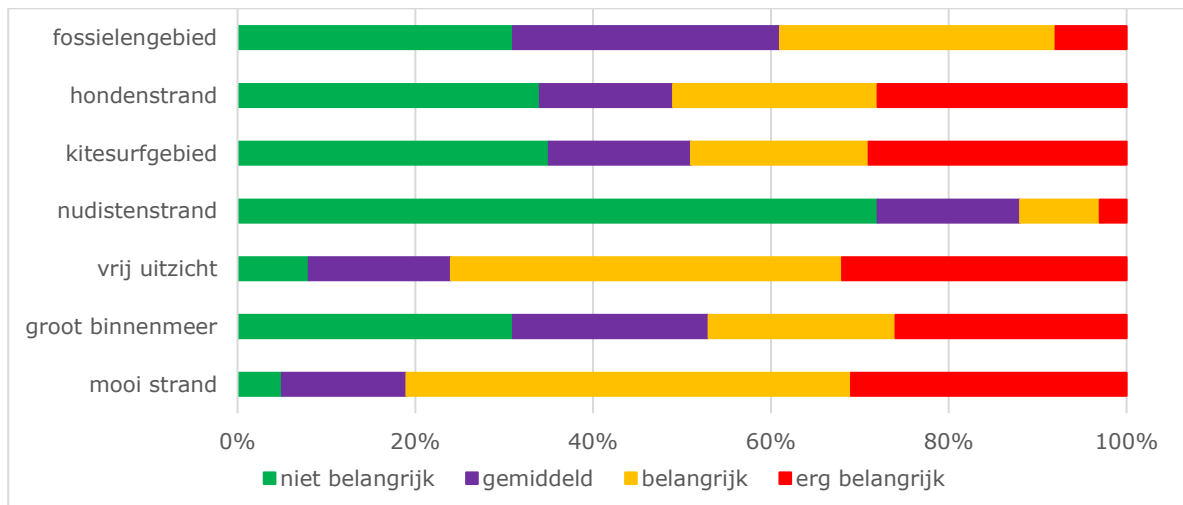
Figuur 5.12 Belang (%) van aspecten van de Zandmotor per jaar.

Toch ligt de gemiddelde waardering van deze aspecten in 2019 hoger dan in 2015, met uitzondering van het oordeel over de aanwezigheid van voorzieningen (Figuur 5.13). Een schoon strand en rust en ruimte worden het meest gewaardeerd in 2019, evenals in 2015. Veiligheid in het water wordt in 2019 hoger gewaardeerd dan in 2015.



Figuur 5.13 Gemiddelde waardering van aspecten van de Zandmotor per jaar.

In 2019 zijn ook nog het belang en waardering van aanvullende aspecten gevraagd aan de respondenten. Dit zijn met name meer doelgroepgerichte aspecten, maar ook aspecten als vrij uitzicht (geen zicht op industrie, torens etc.) en een mooi strand. Dan blijkt dat deze laatste twee ook (erg) belangrijk worden gevonden (Figuur 5.14).



Figuur 5.14 Belang (%) aanvullende aspecten van de Zandmotor in 2019.

De respondenten vinden het belang van de aspecten kitesurfgebied, groot binnenmeer (lagune) en hondenstrand ongeveer even groot (niet en gemiddeld versus (erg) belangrijk). Het belang van de aspecten fossielengebied en nudistengebied is wat schever. Het blijkt dat hondenbezitters (32%) het belang van een hondenstrand significant groter vinden dan niet-hondenbezitters. Dit geldt ook voor nudisten (4%) met betrekking tot het belang van een nudistenstrand, kitesurfers (29%) voor een kitesurfgebied en een groot binnenmeer (lagune) en fossielzoekers (13%) voor een fossielengebied.⁵

Tabel 5.6 Gemiddelde waardering aanvullende aspecten in 2019.

Aspect	Waardering
Kitesurfgebied	8,8
Nudistenstrand	8,7
Hondenstrand	8,3
Fossielengebied	8,2
Mooi strand	8,1
Groot binnenmeer	7,9
Vrij uitzicht	7,6

De waardering van het kitesurfgebied is gemiddeld het hoogst. Dus niet alleen kitesurfers waarderen dit. Maar kitesurfers waarderen dit gebied wel significant⁶ hoger dan niet-kitesurfers. Sommige kitesurfers noemden in het opmerkingenveld aan het eind van de vragenlijst dan ook spontaan dat de Zandmotor de beste kitesurfspot van Nederland is. Ook het nudistenstrand wordt algemeen gemiddeld hoog gewaardeerd. Nudisten waarderen dit echter niet hoger dan niet-nudisten. Dit geldt weer wel voor hondenbezitters en hun waardering voor het hondenstrand en fossielzoekers met hun waardering voor het fossielengebied.⁷

Ondanks het resultaat dat vrij uitzicht (erg) belangrijk wordt gevonden, is de waardering wat dat betreft voor de Zandmotor relatief laag, een 7,6. Gemiddeld wordt de Zandmotor wel een mooi strand gevonden.

⁵ $P < 0,01$ voor al deze activiteiten

⁶ $P < 0,01$. Er is geen significantie met het binnenmeer

⁷ Voor beide doelgroepen geldt $p < 0,01$

6 Beleving

6.1 Inleiding

Bij de belevingswaarde gaat het om waarnemen, ervaren, betekenisgeven en waarderen. In dit onderzoek zijn we vooral uitgegaan van de waarneming tijdens fysiek gebruik van de Zandmotor door recreanten. Door deze waarneming ervaart een recreant de Zandmotor op een bepaalde manier en geeft daar betekenis en waardering aan. Betekenisverlening is een actief proces, dat zich in een specifieke persoonlijke, sociale en landschappelijke context afspeelt (Grauman, 2002). De belevingswaarde van de Zandmotor meten we aan de hand van zes graadmeters:

- De visuele aantrekkelijkheid van het gebied
- Het gevoel van verbondenheid met het gebied
- De bestaanswaarde van de natuur in het gebied
- De veiligheidsbeleving
- Gevoelens en Emotie (affectieve waarneming)
- Betekenisgeving

Daarnaast kunnen zich nog ergernissen voordoen bij het gebruik en de beleving van de Zandmotor.

6.2 De belevingswaarde

6.2.1 Visuele aantrekkelijkheid

De visuele aantrekkelijkheid is gemeten door zowel naar positieve als negatieve elementen te vragen. Van de respondenten zegt 11% de Zandmotor een kale vlakte te vinden en 2% vindt het smerig. Daarentegen is 75% het er (erg) mee eens dat de Zandmotor mooi vormgegeven is. Een meerderheid is van oordeel dat de Zandmotor een mooi strand heeft (rapportcijfer 8,1). Het oordeel over een vrij uitzicht (geen industrie of toren) scoort wat minder, een 7,6.

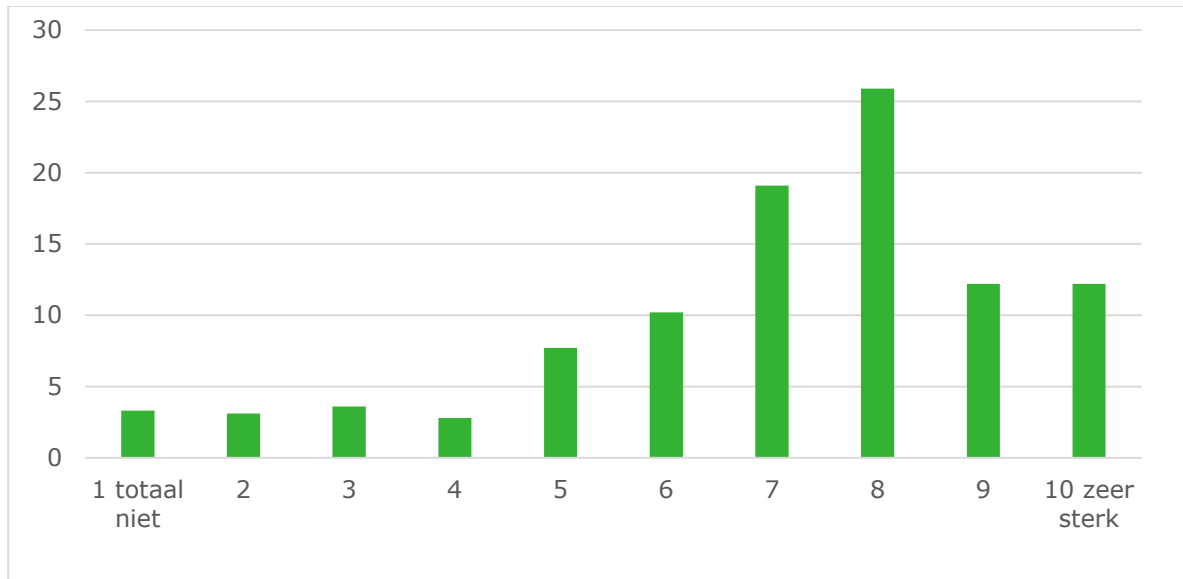
Al met al vinden de respondenten de Zandmotor visueel aantrekkelijk.

6.2.2 Verbondenheid

Op basis van subjectieve kenmerken van een landschap krijgt een gebied zijn eigen identiteit, wordt het van een willekeurige ruimte (space) een specifieke plek (place). Hier nauw mee verbonden is het concept 'sense of place'. Sense of place, of plekidentiteit, speelt ook een belangrijke rol in de binding die mensen voelen met specifieke plekken. Deze persoonlijke verbondenheid met een plek speelt vooral in de eigen woonomgeving of bij een functionele verbondenheid zoals de unieke plek van de Zandmotor voor kitesurfen of een specifieke plek bestemd voor naaktrecreatie. Naarmate personen vaker naar de Zandmotor gaan, meer ervaringen opdoen of zich meer verdiepen in het gebied, zullen zij steeds meer persoonlijke betekenissen toekennen aan die plek. De plek wordt steeds meer 'toegeëigend'. Het visuele aspect wordt hierbij minder belangrijk, terwijl de historische en narratieve kant steeds meer in belang toenemen. Deze plekidentiteit is niet alleen een eigenschap van het gebied zelf, maar krijgt dus betekenis door de relatie van mensen met het gebied nu of in het verleden. Op deze manier ontstaat een gevoel van verbondenheid met de Zandmotor die geen samenhang hoeft te hebben met de fysieke inrichting, maar wel met de beleving.

Op een schaal van 10, waarbij een 1 staat voor totaal niet verbonden en een 10 voor zeer sterk verbonden, scoort de Zandmotor gemiddeld een 7; respondenten voelen zich dus verbonden met het gebied. Het blijkt dat de meerderheid (50%) zich (zeer) sterk verbonden voelt met de Zandmotor. Er is een significant verband met de hoeveelheid jaren dat men al op de Zandmotor komt en kennis,

ofwel in hoeverre men de werking van de Zandmotor correct kan omschrijven.⁸ Hoe meer jaren men er komt of meer kennis heeft over de werking, hoe meer men zich verbonden voelt.



Figuur 6.1 Mate van verbondenheid (%) met de Zandmotor.

6.2.3 Bestaanswaarde van natuur

Aan de hand van natuurbeelden is onderzocht wat de opvattingen van de respondenten over de bestaanswaarde van natuur zijn. Ieder heeft een individueel natuurbeeld dat is ontstaan door onze ervaringen en opvoeding en dat daarnaast beïnvloed kan worden door de maatschappij en de cultuur waarin we leven (Buijs & Elands, 2013). Natuurbeelden zijn vaak bepalend voor de mening over/knelpunten van en wensen die mensen hebben voor een gebied (Buijs & Elands, 2013).

In het *inclusieve* natuurbeeld is natuur alles wat groeit en bloeit. De mens behoort zelf ook tot de natuur en er is een voorkeur voor verzorgde natuur. Menselijk ingrijpen wordt niet afgewezen.

In het *esthetische* natuurbeeld is de natuur vooral een decor voor de recreant. De schoonheid van de natuur staat centraal. De natuur is toegankelijk voor de recreant.

In het *wildernis*-natuurbeeld is de natuur onafhankelijk, als een soort 'oer-natuur'. Men heeft een voorkeur voor grote eenheden, vooral voor ruige natuur. De natuur moet zo veel mogelijk haar gang kunnen gaan en sporen van menselijke invloed worden als storend ervaren. Ingrijpen van de mens moet tot een minimum worden beperkt en alleen om daarmee gunstige omstandigheden te scheppen voor een ontwikkeling van het ecosysteem.

In het *autonome* natuurbeeld hebben individuele dieren en planten intrinsieke waarde en moeten daarom beschermd worden. Dit natuurbeeld richt zich op beperkt ingrijpen van de mens in de natuur. Actief beheer is nodig als de gezondheid van dieren of planten in gevaar komt.

In het *functionele* natuurbeeld heeft de natuur vooral een nuttige functie voor de mens. De natuur moet onderhouden worden zodat zij niet verwildert. De belangen van landbouw, bosbouw, recreatie en toerisme staan daarbij centraal. De natuur wordt als minder kwetsbaar gezien dan in de andere natuurbeelden. De natuur is taai en kan veranderingen makkelijk aan.

⁸ N jaren: 0,326; $p < 0,01$; kennis: 0,245; $p < 0,01$

Tabel 6.1 *Mate van instemming (%) met stellingen over natuur.*

Natuurbeeld	Stelling	Zeer				
		oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Zeereens
Inclusief	Alle levende wezens behoren tot de natuur, inclusief de mens. Alles dat leeft, is natuur.	1	7	15	57	20
Esthetisch	Beheer van natuur is nodig om landschappelijke diversiteit te realiseren. Deze diversiteit komt de recreatieve aantrekkelijkheid ten goede.	1	6	22	54	16
Wildernis	Echte natuur is natuur zonder bebouwing of andere vormen van menselijke invloed.	2	15	23	41	18
Functioneel	De natuur kan zichzelf prima herstellen. De natuur is zeer taai en zeer krachtig en kan veranderingen aan.	6	22	26	36	9
Autonoom	Koeien in een weide zijn minder natuur dan vogels in de lucht. Omdat een boer voor de koeien zorgt en ze melkt.	7	35	26	28	4

De meeste (77%) respondenten zijn het (zeer) eens met de stelling dat alles dat leeft natuur is, getuigend van een inclusief natuurbeeld. Ook is men het (zeer) eens dat beheer van natuur nodig is (70%), getuigend van een esthetisch natuurbeeld. Met een wildernis natuurbeeld is 59% het (zeer) eens. Met de stelling over een krachtige natuur, getuigend van een functioneel natuurbeeld, is 45% het (zeer) eens. (Zeer) oneens (42%) is men met de stelling dat koeien minder natuur zijn ofwel getuigend van een autonoom natuurbeeld.

6.2.4 Veiligheidsbeleving

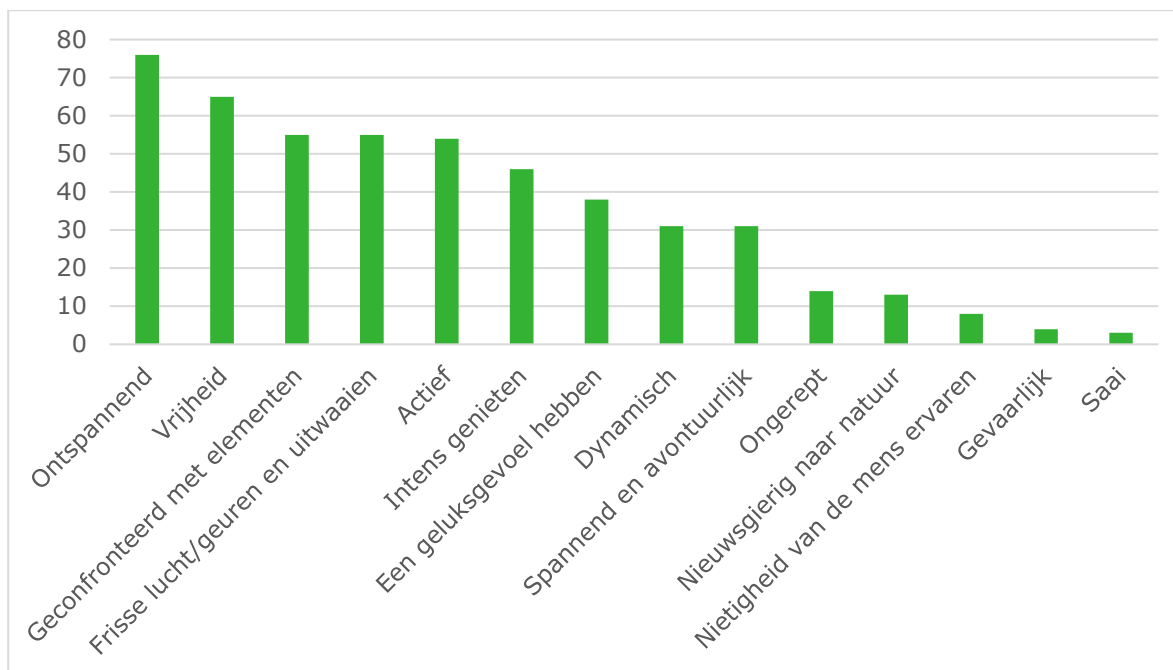
De belevingswaarde als onderdeel van recreatief gedrag wordt onder andere door Ulrich (1983) beschreven. Hij maakt een onderscheid tussen een snelle, affectieve (gevoelsmatige) reactie en een langzamere, cognitieve reactie op een landschap. De waarneming door gebruik van de Zandmotor leidt altijd in eerste instantie tot een snelle, onbewuste reactie. Deze affectieve reactie wordt primair bepaald door de directe perceptie van de kenmerken van de Zandmotor. Deze affectieve reactie leidt vooral tot primaire gevoelens, zoals van veiligheid/onveiligheid en prettig/onprettig.

Zoals uit Figuur 5.13 blijkt, scoort de veiligheid van het strand een 7,8 en de veiligheid van het water een 8.0. Deze rapportcijfers zijn hoger dan in 2015 (respectievelijk 7,7 en 7,3), maar in 2015 vond men deze veiligheidsaspecten belangrijker dan in 2019. In 2018 blijkt uit de analyse van social media relatief veel over de onveiligheid van de Zandmotor te zijn bericht. Dit zien we dus niet terug in de waardering.

6.2.5 Gevoelens en emotie (affectieve reactie)

De respondenten konden uit een lijst van 14 gevoelens aangeven welk (maximaal drie) gevoel ze ervaren bij hun bezoek aan de Zandmotor.

Het blijkt dat de positieve gevoelens verreweg de overhand hebben. Negatieve gevoelens als gevaar of saai worden nauwelijks genoemd.



Figuur 6.2 Verdeling (%) gevoelens met betrekking tot de Zandmotor.

De meeste bezoekers geven aan ontspannen te zijn op de Zandmotor en het gebied geeft ze een gevoel van vrijheid. Ook willen ze het gevoel ervaren om geconfronteerd te worden met de elementen en frisse lucht ervaren en uitwaaien. De Zandmotor stimuleert ook het actief zijn en veel bezoekers kunnen intens genieten van de Zandmotor. Daarnaast werden er spontaan 85 keer gevoelens en associaties met het gebied genoemd, waarbij kitesurfen, rust en ruimte vaak genoemd werden.

De PANAS-schaal is gebruikt om tevens emoties te meten.⁹ PANAS (Positief en Negatief Affect Schaal) is een gevalideerde (inter)nationale affectieve vijfpuntsschaal waarbij respondenten aangeven in welke mate ze een bepaalde emotie hebben (ervaren). In dit geval dus bij de Zandmotor. De PANAS-schaal geeft verschillende gevoelens en emoties weer waar de respondent een score aan toekent, gebaseerd op zijn/haar gevoel. Er zijn verschillende tijdsperiodes mogelijk waarover je de PANAS-vragenlijst kunt invullen, van momenteel en vandaag tot algemeen. Momenteel wil zeggen op dit moment; vandaag wil zeggen zijn/haar gevoel over de hele dag en algemeen wil zeggen hoe men zich algemeen voelt. Omdat de respondenten ter plekke zijn ondervraagd, is gevraagd hoe ze zich op dat moment voelden. De lijst bestaat uit twee onderdelen, ook wel stemmingsschalen genoemd. De ene schaal meet het positieve gevoel en de ander meet het negatieve gevoel dat iemand heeft. Elk onderdeel bevat vijf begrippen, waarop men in een gradatie van 1 tot en met 5 kan invullen in hoeverre men het ermee eens is of dat het op hem/haar van toepassing is.

Tabel 6.2 Mate van instemming (%) met PANAS begrippen (groen is positief, rood is negatief).

Begrip	Heel licht of				
	helemaal niet	Een beetje	Matig	Veel	Heel veel
Enthousiast	5.6	6.3	17.3	51.7	19.1
Opgewekt, uitgelaten	8.5	9.1	20.1	47.5	14.7
Geïnspireerd	13.5	11.2	21.8	42.6	10.9
Vastberaden, vastbesloten	28.0	12.3	23.8	29.7	6.2
Alert	33.5	15.9	22.2	23.3	5.2
Nerveus, gespannen	90.1	6.5	2.7	0.5	0.2
Ontdaan, bedroefd	93.5	4.1	1.3	1.1	0.1
Terneergeslagen	94.3	3.5	1.7	0.5	0.0
Angstig	96.3	2.3	1.2	0.2	0.1
Bang	96.7	1.6	1.0	0.5	0.2

⁹ In verband met de lengte van de vragenlijst is de korte versie gebruikt.

De uiteindelijke score van de PANAS-schaal is het gemiddelde van de vijf begrippen op de positieve schaal en het gemiddelde van de vijf begrippen op de negatieve schaal. Hogere scores betekenen hogere niveaus van het gevoel. Voor 'momenteel', 'vandaag' en 'algemeen' zijn in de literatuur referentiegetallen te halen om de score mee te kunnen vergelijken. Als gemiddelde score voor een positief gevoel geldt *als referentie* een 14,8¹⁰ voor de *momentele tijdsperiode* (<https://www.toolshero.nl/psychologie/persoonlijk-geluk/panas-scale-test/>). De Zandmotor scoort gemiddeld een 15,7 voor het positieve gevoel en scoort dus hoger dan de referentie. Als gemiddelde score voor een negatief gevoel geldt *als referentie* een 7,4 voor de *momentele tijdsperiode*. De Zandmotor scoort een 5,4 voor het negatieve gevoel en scoort dus lager dan de referentie. Ook uit de PANAS-schaal blijkt dat de Zandmotor overwegend meer positieve gevoelens oproept dan negatieve gevoelens.

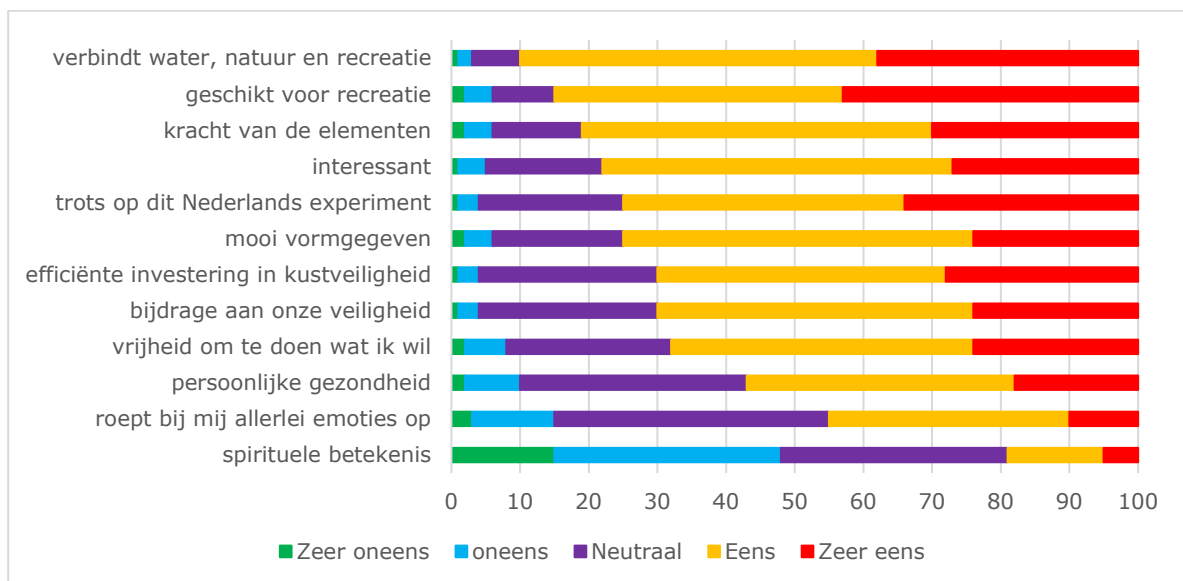
6.2.6 Betekenisgeving

Naast de directe affectieve reactie leidt de waarneming volgens Ulrich meestal ook tot een indirecte en cognitieve reactie. In deze cognitieve reactie worden de omgeving en de afzonderlijke kenmerken van deze omgeving ook gewaardeerd via het aanwezige (cultureel bepaalde) kennisniveau van een persoon, bijvoorbeeld omdat de persoon kennis heeft van natuur of golfstromingen. De Zandmotor krijgt dan een bepaalde betekenis.

Taal is een belangrijk medium voor betekenisgeving. Door te praten over de omgeving, krijgt zij vorm en betekenis (Boomars & Philipsen, 2002). De betekenis die de omgeving heeft, wordt dus geconstrueerd door de mens zelf. De verhalen over een gebied, de recreatieve ervaringen en de betekenissen die het heeft (gehad) voor recreanten zijn van belang voor de beleving. In de literatuur (Grauman, 2002) worden twaalf verschillende basisvormen van betekenisgeving onderscheiden. Deze zijn: relationeel, functioneel, reëel, intellectueel, experimenteel, visueel, financieel, principieel, individueel, corporeel, emotioneel en spiritueel.

Bij ieder van de twaalf betekenissen is een voor de Zandmotor relevante omschrijving geformuleerd (zie Figuur 6.3; in dezelfde volgorde als hier genoemd). Deze twaalf omschrijvingen zijn voorgelegd aan de respondent. Op een vijfpuntsschaal konden zij aangeven in hoeverre ze het ermee eens waren.

De respondenten kennen diverse betekenissen aan het gebied toe en zijn het met de meeste betekenissen wel eens, behalve met de spirituele betekenisgeving (Figuur 6.3).



Figuur 6.3 Verdeling (%) betekenissen van de Zandmotor.

¹⁰ Bewerkt voor deze vijf begrippen.

De belangrijkste is de relationele betekenis van het gebied, ofwel het ervaren van verbondenheid. De respondent ziet de Zandmotor als verbinding tussen water, natuur en recreatie. Stakeholders kunnen hier een rol in spelen en een relationele betekenisstrategie hanteren door bezoekers met interesse voor water, natuur en recreatie te verbinden.

De bezoekers vinden nu al dat het gebied geschikt is voor recreatie. Deze functionele betekenis scoort ook redelijk hoog. De respondenten zien de elementen (wind, zand en water) ook hun werk doen en zijn zich redelijk bewust van deze reële betekenis. Dit lijkt de interesse te prikkelen en deze intellectuele betekenisgeving scoort ook redelijk hoog. Er kan intellectuele betekenis aan de Zandmotor worden gegeven door bezoekers te wijzen op de kansen die de combinatie water, natuur en recreatie geeft. Als bezoekers eenmaal iets relevants hebben geleerd, kan de verworven kennis hen wellicht veranderen in hun oordeel over het gebied. Educatie kan daarmee betekenisvol voor bepaalde groep bezoekers zijn, zoals de bezoekers met het motief interesse. Educatie kan ook in de vorm van infotainment gegeven worden en dan meer gericht op bezoekers met het motief gezelligheid. Kennis verwerven wordt daarmee een vorm van – intellectueel – vermaak. Het wordt laagdrempelig.

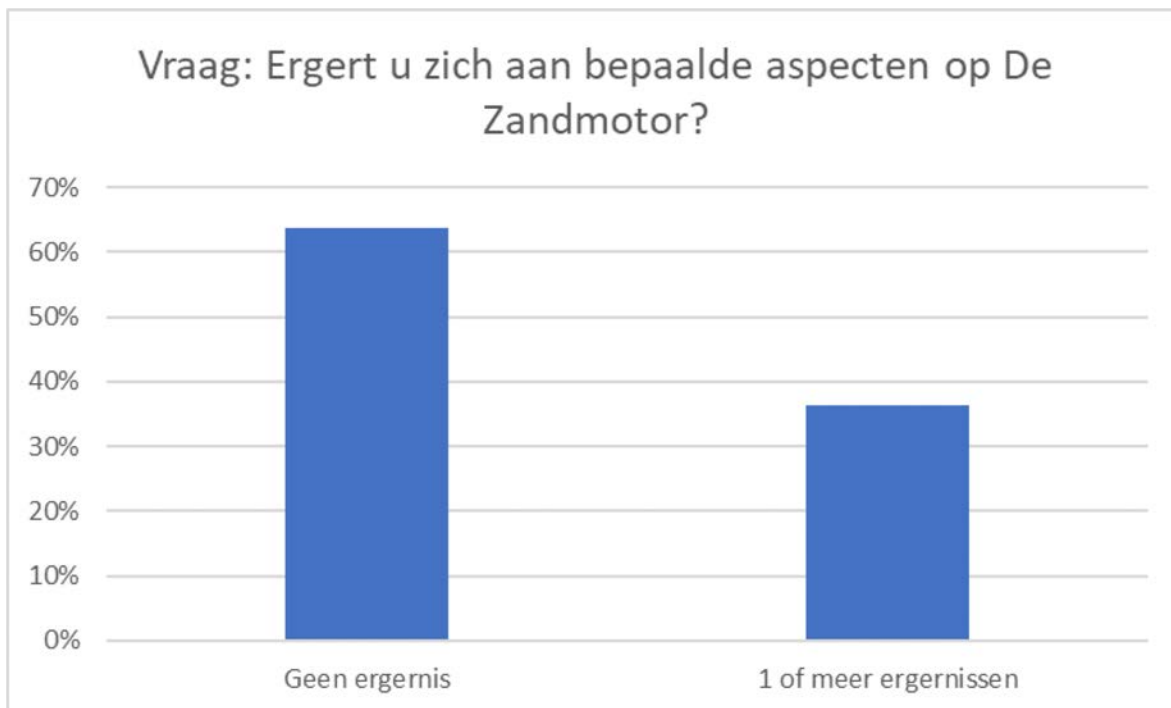
Met de meer experimentele betekenis van de Zandmotor zijn de respondenten het meestal ook (zeer) eens en dit levert trots op. De uitstraling van de Zandmotor heeft ook een visuele betekenis. De bezoekers vinden nu al dat het gebied redelijk mooi is vormgegeven en een (efficiënte) investering is in de bijdrage van kustveiligheid. Deze financiële en principiële betekenissen worden onderkend.

Ten slotte worden er meer individuele betekenissen aan de Zandmotor gegeven, zoals de vrijheid om te doen wat men wil of de persoonlijke gezondheid en emoties.

6.3 Ergernissen

In de vragenlijst is gevraagd naar eventuele ergernissen, via de vraag 'Ergert u zich aan bepaalde aspecten op de Zandmotor?' Respondenten konden aangeven of zij ergernissen ervaren en zo ja, een omschrijving geven van de ergernis(sen). Maximaal drie ergernissen konden genoteerd worden.

Van de 1.128 Zandmotor-bezoekers heeft 64% (n=719) geen ergernis genoemd (zie Figuur 6.4). De overige 36% van de mensen (n=409) heeft wel (één of meer) ergernissen genoemd. De meeste van hen (n=263) noemden niet meer dan één ergernis, 102 mensen noemden twee ergernissen en 44 mensen noemden drie ergernissen. Dat is meer dan in 2015 toen 27% van de mensen ergernissen aangaven (in totaal 345 typen ergernissen). Maar in 2015 konden respondenten in principe alleen deze vraag beantwoorden indien ze een onvoldoende oordeel over een aspect hadden gegeven.



Figuur 6.4 Verdeling respons naar het al dan niet noemen van ergernissen op de Zandmotor ($n=1.128$).

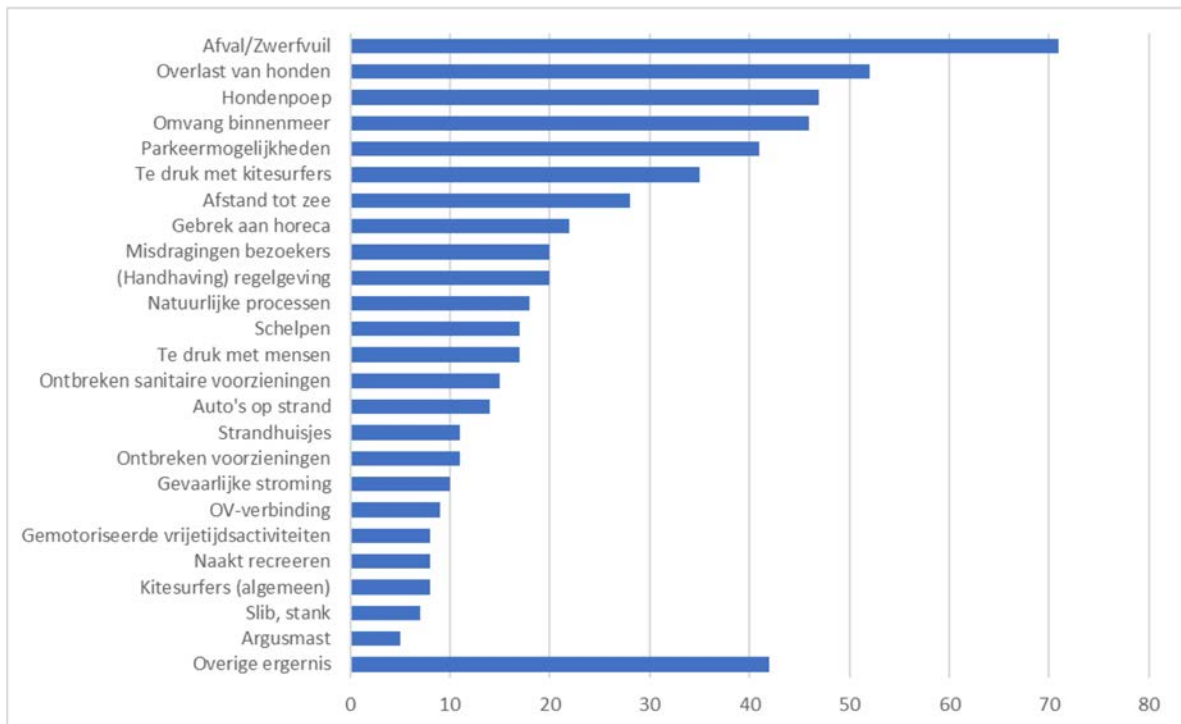
In totaal zijn dus 599 ergernissen aangegeven. Hiervan zijn er 582 toegelicht via een omschrijving. Deze omschrijvingen zijn nader geanalyseerd.

Hiertoe zijn de omschrijvingen ingedeeld in categorieën van ergernissen. Voor de indeling zijn de categorieën die in het onderzoek van 2015 zijn onderscheiden als basis gebruikt. Op deze categorieën is een drietal aanpassingen gedaan:

- Een aantal categorieën is wat verduidelijkt (bijvoorbeeld de categorie 'toiletten' is veranderd in: 'ontbreken sanitaire voorzieningen', omdat vrijwel alle omschrijvingen betrekking hebben op het ontbreken hiervan. Ook ergernissen over het ontbreken van douches zijn in deze categorie ingedeeld).
- Enkele categorieën uit 2015 zijn afgefallen vanwege te weinig observaties (als ondergrens is gehanteerd: minimaal 5 observaties).
- Nieuwe categorieën zijn toegevoegd, gebaseerd op veelvoorkomende antwoorden.

Uit Figuur 6.5 blijkt dat de top 3 van grootste ergernissen (1) de aanwezigheid van afval is, op afstand gevolgd door (2) overlast van loslopende honden én (3) hondenpoep. Dit waren in 2015 ook de drie grootste categorieën van ergernissen. Opvallend in 2019 is het grote aantal opmerkingen over de omvang van de lagune. De lagune neemt zichtbaar af en – waar in 2015 nog niemand dit als ergernis noemde – veel respondenten maken zich hier nu zorgen over, merendeels kitesurfers. De hoge respons onder kitesurfers in 2019 kan een verklaring vormen voor het veelvuldig noemen van deze ergernis. Dat neemt niet weg dat duidelijk is dat kitesurfers een signaal willen afgeven. De twee volgende categorieën, namelijk parkeermogelijkheden en te druk met kitesurfers, werden ook in 2015 veelvuldig genoemd. Opvallend is dat de laatste ergernis ook door kitesurfers zelf wordt genoemd. Toegelicht wordt dat de drukte de laatste jaren enorm is toegenomen en dat er een wildgroei aan kitesurfscholen is ontstaan. Ook wordt aangegeven dat er geen rekening wordt gehouden met de beginnende kitesurfer. Misdragingen van bezoekers hebben betrekking op diefstal en inbraak op de parkeerplekken, maar ook op onveilige gevoelens door intimiderend gedrag (lastig worden gevallen) en geluidsoverlast, en dan met name luide muziek van individuen en (ook) van strandtenten. Ergernissen wat betreft regelgeving betreffen enerzijds het ontbreken van regels, het ontbreken van zoneringsgrenzen (hondenlosloopgebied, watersportactiviteiten), maar ook het ontbreken van toezicht, ofwel het niet handhavend optreden door bevoegd gezag. In relatie tot auto's op het strand is de ergernis dat motorvoertuigen onnodig (vaak) op het strand rijden. Enerzijds gaat het om

ondernemers (strandtenthouders), maar ook toezichthoudende instanties, zoals de marechaussee, worden in de ergernisomschrijving bij naam genoemd. Ook wordt aangegeven dat auto's vaak te hard rijden.



Figuur 6.5 Verdeling genoemde ergernissen naar categorieën van ergernissen (n=582).

In vergelijking met 2015 is een aantal nieuwe categorieën onderscheiden op basis van de gegeven antwoorden. Het gaat om:

- Omvang lagune (voor een toelichting, zie hiervoor).
- Natuurlijke processen: een scala aan aspecten wordt genoemd: er komt tegenwoordig minder vers water in de lagune, slechte golven door zandbanken, de onrustige kustlijn, plotseling opkomende stromingen in de winter, te hoge duinen (geen uitzicht vanaf fietspad), ontbreken van biodiversiteit.
- Schelpen: de ergernis betreft het voorkomen van scherpe schelpen, vooral rond de lagune. Het gaat onder andere om de Japanse oester en scheermesjes. Een aantal respondenten geeft aan dat dit leidt tot voetwonden.
- Strandhuisjes: de ergernis betreft de toename van strandhuisjes. Sommige respondenten hebben de indruk dat het binnenduingebied ermee wordt volgebouwd.
- Ontbreken van voorzieningen: het gaat hier om voorzieningen, anders dan horeca- en sanitaire voorzieningen. Genoemd worden onder meer het ontbreken van Dunea waterdrinkpalen (meermaals genoemd), een beachvolleybalveld en het verbeteren van de fietsenstallingen.
- Gemotoriseerde vrijetijdsactiviteiten: de overlast betreft het lawaai afkomstig van gemotoriseerde paragliders ('Het doet aan als brommers boven je hoofd, waarvan je niet weg kunt').
- Argusmast: een aantal mensen geeft aan dat de camera's in de Argusmast de privacy aantasten. Zij vragen zich af wat de camera's vastleggen en hoe dat zich verhoudt tot privacybeleid.
- Overige ergernis (restcategorie): het gaat om een veelheid aan ergernissen. Zo wordt genoemd dat de Zandmotor saai is, met name in de wintermaanden (kale vlakke). Ook horizonvervuiling (industriegebied Hoek van Holland, Maasvlakte) wordt meermaals genoemd. Een aantal mensen ergert zich aan de vraag of de Zandmotor moet blijven, oftewel aan de tijdelijke aard van de Zandmotor.

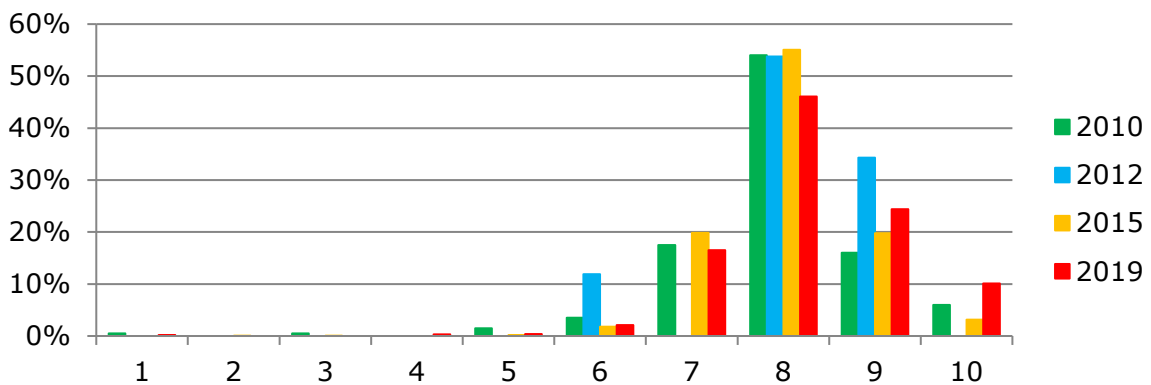
7 Oordeel over de Zandmotor

7.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft het algemene oordeel over de Zandmotor en welke variabelen bijdragen aan de verklaring daarvoor. Tevens gaan we in op de toekomst van met name de ontwikkeling van de natuur en benoemen we de suggesties voor verbeteringen en knelpunten die de respondenten spontaan hebben gegeven.

7.2 Rapportcijfer voor de Zandmotor

Bijna niemand (minder dan 1%) geeft een onvoldoende aan de Zandmotor. Het meest gegeven rapportcijfer is een 8. Het algemene oordeel in 2019 over de Zandmotor is gemiddeld een 8,2. Een stijging ten opzichte van 2015, toen het gemiddeld nog een 8,0 was en vergelijkbaar met 2012, toen het gemiddeld ook een 8,2 was. In 2010 was het gemiddelde een 8,1. Met name de hoogste rapportcijfers (9 en 10) worden in 2019 meer gegeven dan in 2015.



Figuur 7.1 Verdeling (%) van het rapportcijfer voor de Zandmotor per jaar.

7.3 Verklaringen van het rapportcijfer

Op alle (numerieke) variabelen is een stapsgewijze lineaire regressieanalyse uitgevoerd om te onderzoeken welke variabelen van invloed zijn op het totaaloordeel. Het blijkt dat bijna 54%¹¹ van de variatie in het totaaloordeel verklaard kan worden door de volgende veertien variabelen:

- Schoon strand (B)
- Rust en ruimte (B)
- Kitesurfgebied (G)
- Voorzieningen (G)
- Mooi vormgegeven (B)
- Lekker tussen uit (A)
- Gedragingen van andere recreanten (B)
- Verbondenheid (B)
- Binnenmeer (G)

¹¹ Adjusted R square is 0,537. Deze maat betekent dat bij de berekening van de verklaarde variantie van het totaaloordeel rekening is gehouden met het aantal verklarende variabelen in het model.

- Lente (A)
- Kennis (B)
- Kitesurfen (G)
- Enthousiast (B)
- Nieuwsgierig naar de natuur (B)

Van deze veertien variabelen behoren er acht tot de belevingswaarde (B), vier tot de gebruikswaarde (G) en twee tot algemene variabelen (A). De belevingswaarde heeft dus meer invloed op het totaaloordeel dan de gebruikswaarde. Voor de graadmeters voor belevingswaarde, hebben met name variabelen die betrekking hebben op de visuele aantrekkelijkheid, persoonlijke verbondenheid en emotie invloed op het totaaloordeel. De bestaanswaarde van de natuur, veiligheidsbeleving en betekenis leveren geen extra bijdrage aan het totaaloordeel.

De twee belangrijkste variabelen die het totaaloordeel verklaren, zijn dat de Zandmotor (1) een schoon strand heeft en (2) rust en ruimte biedt. Daarnaast hebben variabelen die vooral op kitesurfen gericht zijn invloed op het totaaloordeel en de aanwezigheid van voorzieningen. Kennis over de Zandmotor en hoe de natuur zich ontwikkelt, bepalen deels het totaaloordeel. Hoe meer de respondenten met het motief 'er even tussenuit' de Zandmotor bezoeken, hoe hoger hun totaaloordeel. Als het oordeel over gedragingen van mederecreanten hoger is, dan is ook het totaaloordeel hoger. Een beetje vreemd is de variabele lente; hoe minder men in de lente komt, des te hoger is het totaaloordeel.

7.4 Toekomstvisie

Er is ook gevraagd om een oordeel te geven over de aanwezigheid van embryonale duinen. Voor deze vraag zijn foto's voorgelegd, dezelfde als in 2015 (afb. 7.2).



Afbeelding 7.2 Foto's gebruikt in de vragenlijst: het ontstaan natuur op de Zandmotor.

Uit Tabel 7.1 blijkt dat in 2019 de respondenten minder uitgesproken zijn over het oordeel over de embryonale duinen. Het aandeel dat zegt het beeld op de foto's even aantrekkelijk te vinden als de huidige situatie is gestegen ten opzichte van 2015 en er is een daling van het percentage dat zegt het aantrekkelijker te vinden.

Tabel 7.1 Oordeel ontstaan natuur in vergelijking met huidige Zandmotor en afsluiten (%) per jaar.

Oordeel	2015	2019
Aantrekkelijker	62	46
Even aantrekkelijk	23	40
Minder aantrekkelijk	15	14
Afsluiten acceptabel	41	53
Afsluiten niet acceptabel	59	47

Het kan zijn dat de vorming van duinen tijdens het interview in 2019 al zo ver gevorderd is, dat meer duinen minder toegevoegde waarde hebben. Dit zou ook kunnen verklaren dat in 2019 een kleine meerderheid zegt het acceptabel te vinden dat (delen van) de Zandmotor hiervoor afgesloten voor recreanten zou mogen zijn. In 2015 waren de duinen misschien nog niet zo goed zichtbaar en toen vond een meerderheid het niet acceptabel dat delen van het gebied afgesloten zouden kunnen worden.

In 2019 is er een significant verband¹² tussen aantrekkelijkheid en afsluiten. Hoe meer de respondent aangeeft het ontstaan van embryonale duinen aantrekkelijk te vinden, hoe meer hij/zij het acceptabel vindt dat delen hiervoor worden afgesloten.

7.5 Verbeteringen en aanbevelingen van respondenten

Circa 200 respondenten hebben via de open laatste vraag van de vragenlijst spontaan commentaar gegeven op de Zandmotor en daaruit zijn enkele verbeteringen en aanbevelingen te destilleren. Deze zijn divers en soms tegenstrijdig.

Lagune

Veel opmerkingen gaan over de lagune. Circa 8% van deze respondenten ziet de lagune ondieper en smaller worden en deze respondenten pleiten dan ook voor verdiepen en verbreden. Mede omdat de lagune zeer geschikt is voor de (onervaren) kitesurfer en uniek in Nederland wordt genoemd.

Bebouwing en horeca

Bebouwing van onder andere vakantiehuisjes en horeca aan het strand wil 5% van deze respondenten liever niet en met meer horeca wordt het drukker. Aan de andere kant pleiten enkele respondenten voor meer horeca, ook in de winter.

Combinaties van functies

Veel opmerkingen gaan over de combinaties van functies en dat dit op de Zandmotor goed lukt. Wel pleit 3% van deze respondenten voor een balans. Sommige zijn bezorgd dat de natuur te veel invloed krijgt ten koste van de recreatie door gebieden ontoegankelijk te maken om de duinen en vogels meer ruimte te geven. Circa 2% van de respondenten die spontaan opmerkingen hebben gemaakt, pleit voor het openhouden van de Zandmotor en het weghalen van prikkeldraad en hekken in de natuur. Aan de andere kant is 3% van deze respondenten bezorgd over de druk vanuit recreatie door de aantallen bezoekers dat ten koste gaat van de natuur.

Regelgeving en bebording

Circa 2% van deze respondenten wil verbeteringen in de plaatsing van de bebording. Zo moet duidelijker worden aangegeven op de Zandmotor waar het nudistenstrand begint, waar er honden los mogen en waar het strand bereikbaar is door de wisselende stromingen. Dus niet alleen bij de strandslagen en het doorgaande strand, maar ook op de Zandmotor zelf. Ook wordt gepleit voor informatie in de Poolse taal voor de relatief grote groep Polen in de gemeente Westland.

¹² $P < 0,01$

Toiletten

Als verbeteringen worden ook genoemd het instellen van een strandwacht en het plaatsen van toiletten en kleedhokjes.

Honden

Ook de opmerkingen over honden gaan twee kanten op. Sommige respondenten pleiten voor het gebied als één van de weinige plekken waar je hond nog los mag lopen. Andere pleiten voor meer handhaving door overlast van honden voor mens en dier.

Bereikbaarheid en parkeren

Sommige respondenten pleiten voor een betere bereikbaarheid van de Zandmotor met het openbaar vervoer of de auto. Het aantal parkeerplaatsen bij de Molenslag zou mogen worden uitgebreid en dat parkeren gratis is. Andere (circa 3%) willen juist geen betere bereikbaarheid en meer parkeerplaatsen omdat het dan te druk gaat worden volgens hen.

Kitesurfen

Voor 5% van de respondenten die spontaan opmerkingen hebben opgeschreven, is de Zandmotor een zeer geschikt kitesurfgebied en zij pleiten voor het behoud ervan. Het zou voor hen weer mogen worden aangelegd als de huidige situatie door wind en stroming verdwijnt.

Zandmotor

Circa 3% van deze respondenten pleit ervoor om de Zandmotor te houden zoals die nu is. Dit doen ze door opmerkingen als 'een uniek stukje Nederland dat moet blijven' en 'meer Zandmotoren langs de kust'.

Overig

Bovengenoemde verbeterpunten en aanbevelingen zijn door meerdere respondenten genoemd. Soms zijn er enkele aspecten genoemd. Zo wordt gepleit voor het instellen van een stiltegebied, een overzichtelijker fietspad zodat het veiliger is, toestaan van strandzeilen en kitebuggyen. Ook mag het uitzicht niet worden belemmerd door plaatsing van windmolens. Als verbetering wordt ook genoemd het aanbrengen van een houten vlonderpad gezien de grote afstand strand/zee.

"De Zandmotor is een unieke plek waar mensen met allerlei verschillende doeleinden samen komen. Een zeer geslaagd project dat wat mij betreft zeker herhaald zou moeten worden!"

Opmerking van een respondent



Afbeelding 7.1 *Het duinmeertje als zoetwaterplas.*

8 Verschillen tussen doelgroepen

8.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft in hoeverre de gegevens van de Zandmotorbezoeker afwijken van de bezoeker aan het reguliere strand bij Kijkduin, hier boulevardbezoeker genoemd. De boulevardbezoeker is niet op de Zandmotor ondervraagd, maar op of nabij de boulevard of strand van Kijkduin. Daarvoor is de vragenlijst enigszins aangepast, met name in de woordkeuze. De vraag "Weet u dat het brede strand **hier** Zandmotor heet?" wordt dan "Weet u dat het brede strand **daar** Zandmotor heet?" Bij het bezoek aan de zones van de Zandmotor is de categorie 'geen enkele zone' toegevoegd. Als de vragen specifiek op de Zandmotor slaan, is het woord Zandmotor vervangen door 'strand van Kijkduin', zodat de vragen specifiek voor Kijkduin gelden. De vragen over emotie, betekenis en natuurontwikkeling hebben wel betrekking op de Zandmotor. De betekenisvraag is alleen gesteld aan boulevardbezoekers die weleens op de Zandmotor zijn geweest. De boulevardbezoekers zijn in de zomer en winter ondervraagd. Ten tijde van de ondervraging werd er gebouwd aan een nieuw hotel aan de boulevard van Kijkduin en werd de horeca gesloten voor herbouwing. Dit kan van invloed zijn (geweest) op bepaalde vragen, zoals de activiteiten die ze ondernemen. De boulevardbezoekers zijn uitsluitend ter plekke ondervraagd. De onlineversie was niet beschikbaar voor de boulevardbezoeker. In totaal zijn 146 boulevardbezoekers ondervraagd.

In dit hoofdstuk worden alleen de significante verschillen in vergelijking tot de Zandmotorbezoeker beschreven.

Daarnaast is geanalyseerd of er een verschil is in beleving tussen respondenten die de Zandmotor niet kennen en er voor het eerst zijn en respondenten die de Zandmotor wel kennen. Ook daarvoor worden alleen significante verschillen beschreven.

8.2 Persoonlijke kenmerken boulevardbezoeker

De boulevardbezoekers zijn meer vrouwen (55%) dan mannen (45%), terwijl de Zandmotorbezoeker meer man is (56%). Ook is de groepsgrootte kleiner dan de Zandmotorbezoeker; 46% van de boulevardbezoeker is alleen en 35% met twee personen. De gemiddelde leeftijd (59 jaar) is hoger dan die van de Zandmotorbezoeker (48 jaar). Van de boulevardbezoeker heeft 50% een redelijk hoog opleidingsniveau; dat is minder dan de Zandmotorbezoeker (65%).

De boulevardbezoeker heeft 'er even tussenuit' als belangrijkste recreatiemotief (35%), gevolgd door 'gezelligheid' met 25%. De boulevardbezoeker gaat relatief meer met het motief 'volledig opgaan in de planten- en dierenwereld' recreëren en relatief minder met het motief 'fysieke uitdaging' dan de Zandmotorbezoeker.

De verdeling van de leefstijlen is nauwelijks verschillend. De boulevardbezoeker is iets minder avontuurzoeker en harmoniezoeker en iets meer rustzoeker, inzichtzoeker en stijlzoeker.

Tabel 8.1 Verdeling (%) leefstijlen boulevardbezoeker (tussen haakjes Zandmotorbezoeker).

Leefstijl	Percentage
Stijlzoekers	22 (21)
Plezierzoekers	18 (18)
Rustzoekers	18 (15)
Avontuurzoekers	13 (15)
Inzichtzoekers	13 (12)
Harmoniezoekers	9 (10)
Verbindingszoekers	8 (8)

8.3 Recreatief gebruik van de boulevardbezoeker

De boulevardbezoeker heeft het afgelopen jaar vaker het strand van Kijkduin bezocht dan de Zandmotorbezoeker de Zandmotor. Het gemiddelde aantal jaren dat de boulevardbezoeker het strand van Kijkduin bezoekt, is veel hoger dan de Zandmotorbezoeker de Zandmotor bezoekt, namelijk 29 jaar tegenover 13 jaar. Voor 10% van de boulevardbezoeker is het de eerste keer dat ze het strand van Kijkduin bezoeken. De boulevardbezoeker wandelt ook meer dan de Zandmotorbezoeker, terwijl de Zandmotorbezoeker andere recreatieactiviteiten significant meer onderneemt, met name kite-surfen. De boulevardbezoeker bereikt het strand van Kijkduin dan ook meer wandelend dan de Zandmotorbezoeker, alhoewel 45% met de auto komt. De meeste boulevardbezoekers bezoeken de Zandmotor wel, maar de onderscheiden zones worden minder gebruikt dan de Zandmotorbezoeker. Een kwart (27%) van de boulevardbezoekers geeft aan nog nooit op de Zandmotor te zijn geweest.

De boulevardbezoeker brengt ook minder tijd door aan het strand van Kijkduin dan de Zandmotorbezoeker doet op de Zandmotor. De meerderheid (60%) van de boulevardbezoeker blijft niet langer dan 2 uur op het strand van Kijkduin, terwijl de meerderheid van de Zandmotorbezoeker juist langer dan 2 uur op de Zandmotor verblijft.

8.4 Bekendheid en beleving van de boulevardbezoeker

Van de boulevardbezoeker weet 21% niet dat het brede strand de Zandmotor heet en 10% weet zelfs niet dat tussen Kijkduin en Ter Heijde een breed strand is. Van de boulevardbezoeker weet 60% niet waarvoor de Zandmotor is aangelegd en slechts 5% kan een juiste beschrijving geven.

Boulevardbezoekers voelen zich in verhouding meer verbonden met het strand van Kijkduin dan de Zandmotorbezoeker met de Zandmotor. Dit komt wellicht door het grote gemiddelde aantal jaren dat de boulevardbezoeker het strand van Kijkduin bezoekt, want hiermee is een significante relatie.

De vraag welke emoties de boulevardbezoeker ervaren bij de Zandmotor en welke betekenis ze eraan geven, is alleen gesteld aan boulevardbezoekers die de Zandmotor weleens bezoeken. De vier belangrijkste emoties die de Zandmotorbezoekers ervaren op de Zandmotor, worden ook door de boulevardbezoekers ervaren. Ook zij geven aan dat de Zandmotor ontspanning geeft (38%), frisse lucht/geuren en uitwaaien (33%), geconfronteerd worden met de elementen (31%) en vrijheid (19%). Maar zij ervaren de Zandmotor in verhouding als minder ontspannend, dynamisch, vrijheid, spannend en avontuurlijk, actief, een geluksgevoel geven, geconfronteerd worden met de elementen (wind, zon), intens genieten en frisse lucht/geuren en uitwaaien dan de Zandmotorbezoeker. Daarentegen ervaren de boulevardbezoekers de Zandmotor naar verhouding als gevaarlijker dan de Zandmotorbezoeker, ook al zeggen de meeste boulevardbezoekers de Zandmotor als niet gevaarlijk te ervaren.

Alhoewel de meerderheid (78%) van de boulevardbezoekers vindt dat de Zandmotor geschikt is voor allerlei vormen van recreatie, vinden ze het in verhouding minder geschikt voor allerlei vormen van recreatie dan de Zandmotorbezoeker. De Zandmotor roept bij de boulevardbezoeker ook veel minder emoties op dan bij de Zandmotorbezoeker en geeft veel minder vrijheid om te doen wat hij/zij wil. De

meerderheid (85%) van de boulevardbezoekers is het ermee eens dat de Zandmotor water, natuur en recreatie verbindt, maar in verhouding zijn ze het met deze stelling minder eens dan de Zandmotorbezoeker. De boulevardbezoeker is het minder dan de Zandmotorbezoeker eens met de stelling dat de Zandmotor persoonlijke gezondheid en spirituele betekenis levert. De meerderheid (78%) van boulevardbezoekers is het ermee eens dat de Zandmotor de kracht van de elementen laat zien, maar in verhouding zijn ze met deze stelling minder eens dan de Zandmotorbezoeker.

Het totaaloordeel van het strand bij Kijkduin is gemiddeld een 8,1. Dat is ongeveer gelijk aan het rapportcijfer dat de Zandmotorbezoeker aan de Zandmotor geeft. Maar er zijn wel verschillen in het belang dat boulevardbezoekers toekennen aan bepaalde aspecten in vergelijking met de Zandmotorbezoeker. Ook hun waardering voor het strand van Kijkduin wijkt ten aanzien van bepaalde aspecten significant af van die van de Zandmotorbezoeker voor de Zandmotor. Tabel 8.2 geeft hiervan een samenvatting. Een plusteken (+) geeft aan dat de boulevardbezoeker in verhouding tot de Zandmotorbezoeker er significant meer belang aan hecht/positiever over oordeelt en een minteken (-) juist minder.

In het algemeen lijkt de boulevardbezoeker kritischer te zijn dan de Zandmotorbezoeker. De boulevardbezoeker vindt het belangrijker dan de Zandmotorbezoeker dat een strand schoon is. De waardering voor het strand bij Kijkduin is echter lager dan de waardering die de Zandmotorbezoeker aan het strand van de Zandmotor geeft. Het aanwezig zijn van een groot binnenmeer bij Kijkduin vindt de boulevardbezoeker minder belangrijk. Een goede leefomgeving voor dieren op het strand bij Kijkduin vindt de boulevardbezoeker belangrijker dan de Zandmotorbezoeker voor het strand van de Zandmotor, evenals rust en ruimte. De rust en ruimte waardeert de boulevardbezoeker lager voor het strand bij Kijkduin dan de Zandmotorbezoeker de Zandmotor waardeert. Ook de aanwezigheid van regelgeving vindt de boulevardbezoeker belangrijker. Dit geldt ook voor veiligheidsaspecten, zowel op het strand als in het water. De beschikbaarheid van voorzieningen wordt ook belangrijker gevonden door de boulevardbezoeker dan de Zandmotorbezoeker, maar wordt minder gewaardeerd voor het strand van Kijkduin dan de Zandmotorbezoeker dit doet voor de Zandmotor. Dit geldt ook voor het vrije uitzicht. Dit wordt belangrijker gevonden door de boulevardbezoeker dan de Zandmotorbezoeker, maar wordt minder gewaardeerd voor het strand van Kijkduin dan de waardering die de Zandmotorbezoeker voor dit aspect geeft aan de Zandmotor.

Tabel 8.2 Aspecten met significant verschil en richting in belang en waardering boulevardbezoeker in vergelijking tot Zandmotorbezoeker.

Aspect	Boulevardbezoeker	
	Belang	Waardering Kijkduin
Schoon strand	+	-
Binnenmeer	-	
Leefomgeving voor dieren	+	
Rust en ruimte	+	-
Regelgeving	+	
Veiligheid strand	+	
Veiligheid water	+	
Voorzieningen	+	-
Vrij uitzicht	+	-
Nudistenstrand	+	+
Kitesurfgebied	-	
Hondenstrand	+	
Fossielen en schelpen	+	

De aanwezigheid van een nudistenstrand vinden de boulevardbezoeker belangrijker en wordt ook meer gewaardeerd dan de Zandmotorbezoeker dit doet. De boulevardbezoeker heeft een andere mening over de aanwezigheid van een kitesurfgebied. Dit wordt door de boulevardbezoeker minder belangrijk gevonden dan door de Zandmotorbezoeker. Een hondenstrand en een gebied met schelpen en fossielen vindt de boulevardbezoeker echter weer belangrijker dan de Zandmotorbezoeker.

De boulevardbezoeker heeft meer ergernissen (79%) over het strand van Kijkduin dan de Zandmotorbezoeker heeft voor de Zandmotor (36%). In totaal noemen 115 boulevardbezoeker spontaan een ergernis (zie Bijlage 2). Daarvan is de (nieuw)bouw van Kijkduin met 17% de grootste ergernis, gevolgd door het afval (16%), hondenpoep (9%), honden (5%), asociaal gedrag van mensen (4%) en het idee dat het volgebouwd wordt (4%).

De boulevardbezoeker voelt zich op het moment van ondervraging op het strand van Kijkduin minder enthousiast, geïnspireerd en opgewekt dan de Zandmotorbezoeker op de Zandmotor.

De boulevardbezoeker vindt het meer aantrekkelijk dat zich duintjes vormen als broedplek voor vogels op de Zandmotor dan de Zandmotorbezoeker en vindt het ook minder erg dan de Zandmotorbezoeker als dan (delen) van de Zandmotor afgesloten worden voor recreanten. Dit komt wellicht doordat een deel van de boulevardbezoeker er toch niet komt, want 95% van de boulevardbezoeker die nog nooit op de Zandmotor is geweest vindt dit acceptabel. Maar misschien komt dat ook omdat de boulevardbezoeker in verhouding een iets meer esthetisch en wildernis natuurbeeld heeft dan de Zandmotorbezoeker.

8.5 Beleving voor de eerste keer

Van de respondenten die op de Zandmotor zijn ondervraagd, kent 9% (N=100) de naam Zandmotor niet en komt er voor het eerst. Het blijkt dat deze groep in verhouding meer ontspannen is, meer vrijheid beleeft, meer een geluksgevoel heeft, meer intens geniet, meer ongereptheid, frisse lucht/geuren ervaart en uitwaait en zich meer geconfronteerd voelt met de elementen dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent. Daarentegen vinden ze de Zandmotor in verhouding wel meer een kale en saaie vlakte dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent.

Ze vinden in verhouding tot de groep respondenten die de Zandmotor wel kent, de Zandmotor minder interessant, minder een efficiënte investering in kustveiligheid en ze vinden dat de Zandmotor minder een bijdrage levert aan de veiligheid. Ze vinden in verhouding minder dat de Zandmotor de kracht van de elementen laat zien en ze zijn ook minder trots op dit Nederlandse experiment.

Deze groep voelt zich in verhouding ook minder persoonlijk verbonden met de Zandmotor. Ze vinden het iets belangrijker dat de Zandmotor een mooi strand heeft en ze zijn daar ook iets tevredener over dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent. Hun waardering voor het feit dat het strand schoon is, is ook iets hoger. Ze vinden het minder belangrijk dat er de lagune is, maar ze waarderen de lagune wel meer. De waardering voor de leefomgeving van dieren, de rust en de ruimte, de regelgeving, veiligheid in het water, vrij uitzicht, hondenstrand, gebied met fossielen en schelpen en de gedragingen van andere recreanten is bij deze groep in verhouding iets hoger dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent. Deze groep vindt het iets belangrijker dat er voorzieningen zijn op de Zandmotor en dat er een nudistenstrand is. Ze vinden het minder belangrijk dat er een kitesurfgebied is, maar ze waarderen het wel meer.

Deze groep voelt zich op het moment van ondervraging op de Zandmotor iets meer alert en bedreefd en minder opgewekt en vastberaden dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent.

Deze groep heeft in verhouding een iets meer esthetisch en wildernis natuurbeeld en minder functioneel natuurbeeld dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent.



Afbeelding 8.1 Uitzicht op de Zandmotor via de camera op het dak van NH-hotel aan het reguliere strand.

9 Conclusies en aanbevelingen

9.1 Conclusies

Dit project heeft een aantal onderzoeksvragen waar in deze paragraaf antwoord op wordt gegeven.

Vraag: Wat is het profiel van de recreant op de Zandmotor?

Antwoord: Diverse typen recreanten bezoeken de Zandmotor, maar het meest voorkomende profiel is dat van een redelijk hoogopgeleid man van 48 jaar met een stijlzoekende leefstijl, met 'even er tussenuit' als recreatiemotief en die per auto naar de Zandmotor komt.

Op de Zandmotor komen relatief weinig jongeren en ouderen. De gemiddelde leeftijd is 48 jaar en er zijn iets meer mannen dan vrouwen. Het belangrijkste recreatiemotief is 'ertussenuit' (32%), maar het aandeel is wel gedaald ten opzichte van 2015 (43%). De meerderheid (65%) van de respondenten heeft een redelijk hoog opleidingsniveau en een meerderheid (72%) van de mensen bezoekt de Zandmotor alleen of met z'n tweeën. Dit was in 2015 nog twee derde. Met name mensen die alleen de Zandmotor bezoeken is in 2019 groter. De stijlzoekers zijn het meest vertegenwoordigd op de Zandmotor (21%) en veel meer dan in 2015 (11%). De definitie van deze leefstijl is echter in 2019 sterk verschillend met die van 2015. De plezierzoekers zijn wel redelijk vergelijkbaar met 2015 en dit percentage is een beetje gedaald naar 18% in 2019 en daarmee de op een na belangrijkste leefstijl. 60% van de respondenten komt per auto. In 2019 komen in verhouding minder bezoekers met de auto of per voet en meer met de fiets. Het aantal bezoekers dat met het openbaar vervoer is gekomen, is te verwaarlozen (3%).

Vraag: Wat is het profiel van de recreant op het direct aangrenzende strand en wat zijn de overige verschillen met de Zandmotorbezoeker?

Antwoord: Alleengaande, iets minder hoogopgeleide vrouw van 59 jaar met een stijlzoekende leefstijl en 'even tussen uit' als recreatiemotief, komt per auto naar Kijkduin. De boulevardbezoeker wijkt op onderdelen (zoals leeftijd en opleiding) iets af van de Zandmotorbezoeker.

De boulevardbezoekers zijn meer vrouwen (55%) dan mannen (45%). 46% van de boulevardbezoeker is alleen en 35% met twee personen. De gemiddelde leeftijd is 59 jaar en 50% heeft een redelijk hoog opleidingsniveau. De boulevardbezoeker heeft 'er even tussenuit' als belangrijkste recreatiemotief (35%) De boulevardbezoeker gaat relatief meer met het motief 'volledig opgaan in planten- en dierenwereld' recreëren en relatief minder met het motief 'fysieke uitdaging' dan de Zandmotorbezoeker. Ze kitesurfen minder en wandelen meer. Ze bezoeken het strand van Kijkduin vaker, maar korter dan de Zandmotorbezoeker de Zandmotor. De boulevardbezoeker bezoekt de Zandmotor wel, ook al zegt 27% van de boulevardbezoeker er nog nooit te zijn geweest, maar de onderscheiden zones worden minder gebruikt dan door de Zandmotorbezoeker. Van de boulevardbezoeker weet 21% niet dat het brede strand de Zandmotor heet en 10% weet zelfs niet dat tussen Kijkduin en Ter Heijde een breed strand is. Van de boulevardbezoeker weet 60% niet hoe de Zandmotor werkt en slechts 5% kan een juiste beschrijving geven. Daarmee wijkt de boulevardbezoeker af van de Zandmotorbezoeker. De vier belangrijkste emoties die de Zandmotorbezoeker ervaart op de Zandmotor, worden ook daar door de boulevardbezoeker ervaren, alleen iets minder. Ze ervaren de Zandmotor in verhouding als gevaarlijker dan de Zandmotorbezoeker, ook al zeggen de meeste boulevardbezoekers de Zandmotor als niet gevaarlijk te ervaren. De meerderheid (85%) van de boulevardbezoekers is het ermee eens dat de Zandmotor water, natuur en recreatie verbindt, maar in verhouding zijn ze het hier minder mee eens dan de Zandmotorbezoeker.

Vraag: Hoe intensief wordt de Zandmotor gebruikt door recreanten?

Antwoord: De Zandmotor trekt in 2019 meer mensen dan in 2015, met een ruwe schatting van minstens 525.000 bezoeken.

De Zandmotor is een jaarrond bestemming met iets minder bezoekers in de winter. In de periode juli 2019 tot en met februari 2020 zijn er 433.227 bezoekers geteld op en nabij de Zandmotor. Op het fietspad zijn 108.994 bezoekers geteld en 324.233 bezoekers hebben een van de vijf strandslagen van de Zandmotor verlaten. Dit is een onderschatting, omdat recreanten die via het strand de Zandmotor bereiken niet zijn meegeteld en een of meer sensoren soms uitvielen.

De meeste bezoekers aan de Zandmotor komen via Molenslag, Strandslag 1 of 2, net zoals in 2015. De zondagen zijn het drukst, daarna de zaterdagen. 60% van de respondenten geeft aan op alle dagdelen de Zandmotor weleens te bezoeken. Meer dan de helft van de respondenten bezoekt de Zandmotor meer dan 2 uur. De tijdsduur is in 2019 echter wel afgenomen ten opzichte van 2015. Gemiddeld komt men 13 jaar op de Zandmotor en dat is ongeveer gelijk aan 2015. Voor 16% van de respondenten was het de eerste keer dat ze de Zandmotor bezoeken. Opvallend is het hoge bezoek in 2019 aan de lagune. Dit komt omdat er relatief veel kitesurfers zijn ondervraagd en dit het gebied is om te kitesurfen. Het noordelijke deel van de Zandmotor wordt meer bezocht dan het zuidelijke deel. De Zandmotor trekt in 2019 meer mensen dan in 2015.

Vraag: Welke vormen van recreatief gebruik zijn er?

Antwoord: Wandelen, zwemmen/zonnen/luieren, op een terras zitten, hond uitlaten en kitesurfen.

Wandelen is de populairste activiteit op de Zandmotor en is in vergelijking met voorgaande jaren stabiel tot licht toegenomen. Zwemmen/zonnen/luieren zijn tevens populaire activiteiten op de Zandmotor en licht toegenomen ten opzichte van 2015. Op een terras zitten is de op twee na populairste activiteit en is redelijk stabiel. De hond uitlaten is de op drie na populairste activiteit, maar dit percentage is gedaald in vergelijking met 2015. Er komen ook minder hondenbezitters op de Zandmotor in 2019 dan in 2015. Flink gestegen is het aandeel bezoekers dat zegt te kitesurfen.

Vraag: In hoeverre zijn recreatieactiviteiten met elkaar verenigbaar dan wel waar ontstaan knelpunten?

Antwoord: Stakeholders en respondenten vinden dat de verenigbaarheid van recreatieactiviteiten op de Zandmotor goed lukt. Wel pleit men ervoor om de bestaande balans te bewaken. Zo is Stichting Duinbehoud kritisch bij overlast zorgende vormen van recreatie, zoals het vliegen met drones en paramotors en het, in hun ogen, niet altijd functioneel rijden van dienstauto's op de Zandmotor.

Het gedrag van andere recreanten vindt men een belangrijk aspect en de waardering stijgt van 7,8 naar 7,9. Grootste ergernissen zijn de aanwezigheid van afval, op afstand gevolgd door overlast van loslopende honden én hondenpoep. Dit waren in 2015 ook de drie grootste categorieën van ergernissen. Opvallend in 2019 is het grote aantal opmerkingen over de omvang van de lagune. De lagune neemt zichtbaar af en – waar in 2015 nog niemand dit als ergernis noemde – veel respondenten maken zich hier nu zorgen over, het merendeel kitesurfers. De hoge respons onder kitesurfers in 2019 kan een verklaring vormen voor het veelvuldig noemen van deze ergernis.

Vraag: Hoe tevreden is de recreant met de Zandmotor?

Antwoord: Het rapportcijfer voor de Zandmotor is een 8,2 en is iets hoger dan in 2015 (8,0).

Het rapportcijfer wordt voor bijna 54% verklaard door veertien variabelen. In afnemende volgorde zijn dat: schoon strand, rust en ruimte, kitesurfgebied, voorzieningen, mooi vormgegeven, lekker tussen uit, gedragingen van andere recreanten, verbondenheid, binnenmeer, lente, kennis, kitesurfen, enthousiasme, en nieuwsgierigheid naar de natuur.

Van deze veertien variabelen behoren er acht tot de belevingswaarde, vier tot de gebruikswaarde en twee algemene variabelen. De belevingswaarde heeft dus meer invloed op het totaaloordeel dan gebruikswaarde.

Vraag: Hoe wordt de Zandmotor beleefd?

Antwoord: De recreant kent de naam Zandmotor, vindt het een goed kitesurfgebied, een mooi en schoon strand met rust en ruimte en voelt zich verbonden. Het wordt als veilig ervaren zowel op het strand als in het water. Het blijkt dat de positieve emoties verreweg de overhand hebben. Ze zien de

Zandmotor als verbinding tussen water, natuur en recreatie. De recreant heeft vooral een inclusief en een esthetisch natuurbeeld.

De beleving is in dit onderzoek opgesplitst in bekendheid, visuele aantrekkelijkheid, verbondenheid, bestaanswaarde van de natuur, veiligheidsbeleving, emotie en betekenisgeving. 80% van de bezoekers weet dat het gebied dat ze bezoeken 'Zandmotor' heet. 61% van deze groep kan ongeveer correct uitleggen wat het doel en de werking van de Zandmotor is. Dat is meer dan in 2015, toen dit nog 52% was. De waardering van het kitesurfgebied is gemiddeld het hoogst. Kitesurfers waarderen dit gebied zelfs significant nog hoger dan niet-kitesurfers. Ook het nudistenstrand wordt algemeen gemiddeld hoog gewaardeerd. Nudisten waarderen dit echter niet hoger dan niet-nudisten. Dit geldt weer wel voor hondenbezitters en hun waardering voor het hondenstrand en fossielzoekers met hun waardering voor het fossielengebied. Hoewel het resultaat dat vrij uitzicht (erg) belangrijk wordt gevonden, is de waardering voor de Zandmotor hiervoor relatief laag, een 7,6. Een schoon en mooi strand en rust en ruimte worden eveneens gewaardeerd in 2019. De gemiddelde waardering ligt in 2019 hoger dan in 2015, met uitzondering van het oordeel over de aanwezigheid van voorzieningen. De respondenten vinden de Zandmotor visueel aantrekkelijk en men voelt zich ermee verbonden. De veiligheid van het strand scoort een 7,8 en de veiligheid van het water een 8,0. Deze rapportcijfers zijn hoger dan in 2015. De meeste (77%) respondenten vinden dat alles dat leeft natuur is en dat beheer van natuur nodig is (70%). Dit past bij een inclusief en een esthetisch natuurbeeld. De meeste bezoekers geven aan ontspannen te zijn op de Zandmotor en het gebied geeft ze een gevoel van vrijheid. Ook willen ze de emotie ervaren om geconfronteerd te worden met de elementen en frisse lucht ervaren en uitwaaien. De Zandmotor scoort een 15,7 voor het positieve gevoel en dat is hoger dan in de literatuur algemeen geaccepteerd wordt. De Zandmotor scoort een 5,4 voor het negatieve gevoel en scoort daarmee lager dan in de literatuur algemeen geaccepteerd wordt. De respondenten kennen diverse betekenissen aan het gebied toe. De belangrijkste is de relationele betekenis van het gebied. De Zandmotor als verbinding tussen water, natuur en recreatie.

Vraag: Wijkt de beleving van de Zandmotor af van het reguliere strand?

Antwoord: Het totaaloordeel is hetzelfde, maar de waardering voor een schoon strand, rust en ruimte, beschikbaarheid van voorzieningen en vrij uitzicht is lager voor het strand bij Kijkduin. De boulevardbezoeker lijkt kritischer te zijn. En er zijn meer ergernissen over het strand bij Kijkduin.

Het gemiddelde totaaloordeel van het strand bij Kijkduin (8,1) is vrijwel hetzelfde als het gemiddelde totaaloordeel voor de Zandmotor (8,2). De boulevardbezoeker voelt zich in verhouding wel meer verbonden met het strand van Kijkduin. De boulevardbezoeker vindt het belangrijker dan de Zandmotorbezoeker dat een strand schoon is. De waardering voor het strand bij Kijkduin is echter lager, evenals de rust en ruimte, beschikbaarheid van voorzieningen en vrij uitzicht. De boulevardbezoeker heeft meer ergernissen (79%) over het strand van Kijkduin dan de Zandmotorbezoeker heeft voor de Zandmotor (36%). De (nieuw)bouw van Kijkduin is met 17% de grootste ergernis, gevolgd door het afval (16%), hondenpoep (9%), honden (5%), asociaal gedrag van mensen (4%) en het idee dat het volgebouwd wordt (4%).

De boulevardbezoeker voelt zich op het strand van Kijkduin minder enthousiast, geïnspireerd en opgewekt dan de Zandmotorbezoeker op de Zandmotor.

Vraag: Welke verbeteringen en knelpunten dragen recreanten aan bij gebruik van de Zandmotor?

Antwoord: De lagune, bebouwing en horeca, combinaties van functies, regelgeving en bebording, honden, toiletten, bereikbaarheid en parkeren en kitesurfen worden genoemd. Maar de respondenten geven vooral aan om de Zandmotor te houden zoals die nu is. Men vindt het een uniek stukje Nederland en men pleit zelfs voor meer Zandmotoren langs de kust.

Voor de kitesurfers, die de Zandmotor als uniek bestempelen en de lagune langzaam zien verdwijnen, pleiten voor verdieping en verbreding van de lagune. Bebouwing aan het strand willen respondenten liever niet, maar sommige willen wel horeca in de winter. De respondenten pleiten voor een balans tussen natuur en recreatie en vinden dat dit op de Zandmotor goed lukt. De regelgeving moet duidelijker en door 2% van de respondenten wordt de plaatsing van de bebording genoemd. Als

verbeteringen worden ook genoemd het instellen van een strandwacht en het plaatsen van toiletten en kleedhokjes. Tegenstrijdig zijn de adviezen met betrekking tot honden en parkeren. Meer regulering of juist minder en meer parkeergelegenheid versus minder, maar wel gratis.

Naast deze antwoorden op de vragen zijn er nog enkele andere opvallende resultaten.

In 2019 zijn de respondenten minder uitgesproken over het oordeel over de embryonale duinen. Het aandeel dat zegt het even aantrekkelijk te vinden als de huidige situatie is gestegen ten opzichte van 2015 en er is een daling van het percentage dat zegt het aantrekkelijker te vinden. In 2019 zegt een kleine meerderheid het acceptabel te vinden dat (delen van) de Zandmotor afgesloten voor recreanten zou mogen zijn. In 2015 vond een meerderheid het niet acceptabel dat delen van het gebied afgesloten zouden kunnen worden. Hoe meer de respondent aangeeft het ontstaan van embryonale duinen aantrekkelijk te vinden, hoe meer hij/zij het acceptabel vindt dat delen hiervoor worden afgesloten.

Van de respondenten die op de Zandmotor zijn ondervraagd, kent 9% (N=100) de naam Zandmotor niet en komt er voor het eerst. Het blijkt dat deze groep in verhouding heftiger gevoelens beleeft dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent. Daarentegen vinden ze de Zandmotor in verhouding meer een kale en saaie vlakte dan de groep respondenten die de Zandmotor wel kent. Ze vinden in verhouding de Zandmotor minder interessant, minder een efficiënte investering in kustveiligheid en minder een bijdrage levert aan de veiligheid. En ze voelen zich in verhouding ook minder persoonlijk verbonden met de Zandmotor. Hun waardering voor de Zandmotor als een mooi en schoon strand is hoger, evenals hun waardering voor de lagune, de leefomgeving van dieren, de rust en de ruimte, de regelgeving, veiligheid in het water, vrij uitzicht, hondenstrand, gebied met fossielen en schelpen, kitesurfgebied en de gedragingen van andere recreanten.

Uit de socialmedia-analyse blijkt dat toen de Zandmotor in 2013 echt vorm begon te krijgen, er veel over is bericht (8.000 berichten), met name over de recreatieve mogelijkheden en de beleving van de Zandmotor. Dit neemt in de loop der jaren af en dan zien we een verschuiving naar berichten over hoe het gebruikt wordt door mensen en de natuur. De laatste jaren zijn ook 'incidenten' een aanleiding om over de Zandmotor te berichten. Er blijkt een redelijk vaste stroom woorden te zijn die in de berichten over de Zandmotor op social media worden gebruikt. Dan gaat het om berichten dat mensen naar de Zandmotor zijn gegaan en wat ze daar gezien hebben (water, meer en strand).

9.2 Aanbevelingen

We bevelen aan de infrarode sensoren bij de strandslagen te laten staan om het bezoek aan de Zandmotor goed te kunnen monitoren, waarbij wel snel moet worden gehandeld bij uitval. Daarbij kunnen steekproefsgewijs tellingen worden verricht naar recreanten die via het strand de Zandmotor bereiken.

Er lijkt een balans te zijn op de Zandmotor tussen water, natuur en recreatie en dat moet volgens vele respondenten ook het uitgangspunt zijn. Deze balans moet dus behouden blijven. De Zandmotor is een goed voorbeeld van 'building with nature' en levert een uniek stukje Nederland op dat navolging verdient.

De belangrijkste betekenis van de Zandmotor is de relationele betekenis van het gebied. De Zandmotor als verbinding tussen water, natuur en recreatie in relatie met kustveiligheid. Stakeholders kunnen hier een rol in spelen, en een relationele betekenisstrategie hanteren door bezoekers met interesse voor water, natuur en recreatie te verbinden.

De lagune op de Zandmotor is een element waarover vaak bericht wordt op social media en is een belangrijk onderdeel van de beleving van recreanten en het gebruik van de Zandmotor. Volgens de kitesurfers is de lagune een kitesurfersparadijs en er zou een studie kunnen worden verricht naar de mogelijkheden tot het behoud hiervan.

Tevens zou onderzocht kunnen worden of er mogelijkheden zijn (bijvoorbeeld een simpele afzetting met paaltjes en een lijntje) om in het broedseizoen aan te geven dat in bepaalde delen mogelijk vogels broeden en niet mogen worden verstoord door recreanten en honden. Dat gaat dan met name om het gebied nabij het Schelpenpad, waar de bontbekplevier broedt.

Circa 2% van deze respondenten wil verbeteringen in de plaatsing van de bebording. Zo moet duidelijker worden aangegeven op de Zandmotor waar het nudistenstrand begint, waar er honden los mogen en waar het strand bereikbaar is door de wisselende stromingen. Dus niet alleen bij de strandslagen en het doorgaande strand, maar ook op de Zandmotor zelf.

Een schoon strand wordt zeer belangrijk gevonden door recreanten en de Zandmotor scoort hier ook hoog op. Toch is afval de grootste ergernis, waaronder hondenpoep. Er zouden meer hondenpoep-opruimzakjes beschikbaar moeten zijn, bij voorkeur bij de strandslagen en horeca. Tevens kan worden aangegeven dat het een gezamenlijke verantwoordelijkheid is om het strand schoon te houden.

Een bericht op een socialmediaplatform met veel followers of influencers kan de bekendheid in binnen- en buitenland van de Zandmotor waarschijnlijk flink vergroten.

De vraag over de duinvorming zou in een volgend monitoringsonderzoek kunnen worden aangepast. De foto's geven het beeld dat nu is ontstaan (dus met toegankelijkheid voor recreanten), maar in de vraagformulering wordt gesteld dat dit pas kan ontstaan als het gebied wordt afgesloten. Daarmee is de vraag of dit aantrekkelijker is dan de huidige Zandmotor ook niet goed te beantwoorden.

In een volgend monitoringsonderzoek zou in de vragenlijst een onderscheid gemaakt kunnen worden tussen de lagune en het zoetwatermeertje. Dit laatste doet waarschijnlijk vooral dienst bij de beleving, terwijl de grotere lagune zowel bij beleving als bij gebruik van belang is.

De resultaten van dit onderzoek kunnen input leveren voor de brede beleidsevaluatie van 2021. Onze analyse en rapportage zijn zodanig uitgevoerd en opgeschreven dat ze bruikbaar zijn voor dit deel van de beleidsevaluatie.

Literatuur

- Boomars, L. & Philipsen, J., (2002). Communicating Meanings of Tourist Landscapes: a discourse approach. *Congrespaper 7th World Leisure Congress*, oct. 2002, Malaysia
- Buijs, A. E. (2009a). Lay people's images of nature: Comprehensive frameworks of values, beliefs, and value orientations. *Society and Natural Resources*, 22(5), 417-432.
- Buijs, A. E. (2009b). *Natuurbeelden. Publieke visies op natuur en de consequenties voor het natuurbeheer*. Wageningen: Wageningen Universiteit.
- Buijs, A. E., & Elands, B. H. (2013). Does expertise matter? An in-depth understanding of people's structure of thoughts on nature and its management implications. *Biological Conservation*, 168, 184-191.
- Cottrell, S. P., Lengkeek, J., & Marwijk, R. V. (2005). Typology of recreation experiences: application in a Dutch forest service visitor monitoring survey. *Managing leisure*, 10(1), 54-72.
- De Bruin, A.H., A. van Hoorn & C.F. Jaarsma (1988). *Methode bepaling gebruik openluchtrecreatieprojecten*. ICW rapport 24, ISSN 0921 089X. Wageningen.
- Elands, B. H., & Lengkeek, J. (2012). The tourist experience of out-there-ness: theory and empirical research. *Forest Policy and Economics*, 19, 31-38.
- Gemeente Westland, 2018. *Kustvisie Westland; Natuurlijk ontwikkelen*. Naaldwijk: Gemeente Westland.
- Goossen, C.M. & T.A. de Boer, (2008). *Recreatiemotieven en belevingssferen in een recreatief landschap; Literatuuronderzoek*. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 1692.
- Goossen, C.M., Kruit, J., Donders, J., & Van Rooij, B. (2009) *Smaakmakers voor landschappen op basis van recreatiemotieven. Eerste aanzet om belevingssferen in landschappen te creëren*. Alterra-rapport 1932. Wageningen: Alterra.
- Goossen, C.M. en J. Donders (2011). *recreatiemotieven in Het Nationaal Landschap Het Groene Woud*. Wageningen, Alterra. Alterra-rapport 2114
- Goossen, C. M. (2015). *Monitoringsmethoden voor aantal bezoeken aan natuurgebieden met elkaar vergeleken (No. 40)*. Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu.
- Grauman, C.F., (2002). The Phenomenological approach to People-Environment Studies. In: Robert B. Bechtel en Arza Churchman (Eds). *Handbook of Environmental Psychology*. John Wiley & Sons, Inc., New York. 95-113.
- Kajala, L., Almik, A., Dahl, R., Dikšaitė, L., Erkkonen, J., Fredman, P., Jensen, F. Søndergaard, Karoles, K., Sievänen, T., Skov-Petersen, H., Vistad, O. I. and Wallsten, P. (2007). *Visitor monitoring in nature areas – a manual based on experiences from the Nordic and Baltic countries*.
- Kaplan, R. & Kaplan, S., (1989). *The experience of nature: a psychological perspective*. Cambridge University Press, New York
- Muhar, A., Arnberger, A., Brandenburg, C. (2002): *Methods for Visitor Monitoring in Recreational and Protected Areas: An Overview*. In: (Vol. 2001, pp. 1–6). *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*, Vienna
- NBTC-NIPO Research, (2017). *Bezoek natuur- en recreatiegebieden Zuid-Holland 2017*.
- O'Brien, Liz & Jake Morris, (2010). *Estimating visitor and visit numbers to woodlands. The research agency of the forestry commission*.
- Thompson, E.R. (2007). Development and Validation of an Internationally Reliable Short-Form of the Positive and Negative Affect Schedule (PANAS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38(2), pp. 227-242.
- Ulrich, R.S., (1983). Aesthetic and affective response to natural environment. In: I. Altman, J.F. Wohlwill (Eds.) *Behavior and the natural environment* 85-125. Plenum Press, New York.
- WBWK, 2017. *Visie van WBWK voor de Kustvisie Westland; Overzicht wensen/eisen voor de Westlandse Kust*. Versie 16 november 2017.
- Witteveen & Bos, (2016). *Beantwoording van evaluatievragen recreatie Zandmotor*.

Bijlage 1 Categorieën uit de socialmedia-analyse

Gebruik	Natuurwaarneming	Antropogene Waarneming	Beleving	Plaatsnaam	Veiligheid	Creëren	Tijd	Instantie	Kennis/project
aantal	aarde	beachclub	anders	amsterdam	beschermen	aangelegd	afgelopen	alarmploeg	data
aas	beach	bezoekerscentrum	balans	artis	beveiligingsmaatregelen	aangroei	altijd	bedrijven	deltaprogramma
alleen	bodem	boulevard	battle	britse	co ²	aanleg	april	bemannings	denk
allemaal	bos	dierentuin	beeld	buurt	gezondheid	aanpak	avond	brandweer	engineering
auto	botjes	dijk	beste	capelle	hulpdiensten	af	begin	brigade	experimenten
baasje	bron	gallery	beter	clingendael	ingesloten	afgezet	daarna	deltares	idee
badgast	coast	granaat	bijzonder	daar	insluitingsgevaar	bezig	dag	haskoningdhv	informatie
bezoek	delta	groei	breed	delft	kustbescherming	bouwen	direct	hoogheemraadschap	innovatieve
bezoekers	dieren	haven	buiten	denhaag	kustverdediging	building	eerder	kiteboardschool	kennis
blijven	doorbraak	huis	donker	domburg	lifeguards	gemaakt	eerst	knrm	manier
broertje	drijfzand	infrastructuur	droog	dzk_westland	milieu	georganiseerd	gedurende	korps	meetcampagne
camping	duinen	lood	druk	friese	overleden	geplaatst	geleden	middagploeg	nieuws
congres	eiland	offshore	echt	gebied	overstromingen	groeien	gisteren	minienw	onderzoek
deelnemers	fossielen	opgegraven	enorm	gelegen	redden	kunstmatige	herfst	minister	oplossingen
doen	geul	overschot	erg	gemeente	veiligheid	maatregelen	huidige	omroepwest	perspectief
drone	hoogte	pier	ervaring	gravenzande	verdrongen	maken	jaren	organisatie	problemen
elkaar	hoogwater	schedel	explosief	haaglanden	vermist	ontstaan	juli	partijen	programma
enige	ijs	scheepvaart	extra	haagse	wegzakken	ontwerpers	juni	politie	project
enkele	klimaat	schelpad	flink	heijde	zwenveiligheid	ontwikkeling	keer	provincie	reden
eten	klimaatverandering	strandhuisjes	foto	hier		opgespoten	komende	rb	resultaten
evenement	kust	strandopgang	gelukkig	holland		samenwerking	laatste	reddingsbrigade	studie
expo	kustlijn	strandtent	genieten	houtribdijk		werken	later	rijkswaterstaat	succes
festival	land	truck	genoeg	ijsmeerkust			maart	stichting	verstandig
fiets	landgoed	voertuig	gepassioneerd	internationale			mei	tudelft	vragen
gaan	landschap	vondsten	gestreste	katwijk			middag	waterschap	weet
gebruik	meer	zandbank	gewoon	kijkduin			minder	watersector	weten
geweest	naturecoast	zandmotor	goed	kurhaus			minuten		wetenschap
ging	natuur	zandsuppleties	golven	landen			moment		
groep	natuurgebied		graag	locatie			morgen		
heen	paard		groen	louisiana			nu		
hengelsport	park		groot	maasvlakte			ochtend		
honden	sand		hard	midden			oktober		
hondenstrand	schaal		heel	mijl			regelmatig		
ieder	schelpen		heerlijk	monster			september		
iedereen	schiereiland		helemaal	museon			sinds		
iemand	sneeuw		hoog	naast			snel		
inzet	soorten		hoor	nederland			steeds		
kinderen	strand		houden	noorden			terwijl		
kite	water		interessant	noordwijk			tijd		
kitesurfen	waterloopbos		jammer	noordzee			tijdens		
komen	wetlands		jong	norfolk			toekomst		
lees	zand		kijken	omgeving			toen		
leren	zee		klein	oord			uiteindelijk		
liggen	zeebaarsje		koud	oostende			uur		
lopen	zeehond		laag	plaats			vaak		
mannen	zeekust		lang	plek			vanavond		
mens	zhlandschap		langzame	regio			vandaag		
mensen			lekker	richting			vanmiddag		
naar			leuk	rotterdam			vanmorgen		
parkeren			leven	scheveningen			volgende		
persoon			licht	stad			vrijdag		
publiek			lucht	terheijde			vrijdagmiddag		
rijden			moeite	texas			wanneer		
rit			mooi	ver			week		
route			natuurlijk	waar			weekend		
samen			niets	waddenzee			zaterdag		
staan			nieuw	wereld			zomer		
start			oeroude	west			zondag		
strijd			oorspronkelijk	westland					
surfers			open	zandvoort					
team			oud	zeeuw					
toe			prachtig	zuid					
trekken			ruim	zuid_holland					
uitwaaien			ruimte	zuiden					
vangen			rust						
varen			rustig						
veel			sfeer						
vervoer			snel						
vissen			soort						
vrienden			sterk						
vrouw			storm						
wandelen			stroming						
wedstrijd			super						
zandmotorrun			temperatuur						
zitten			top						
zwemmer			veel						
			verhaal						
			verschillende						
			vloed						
			vol						
			vrij						
			waarde						
			weer						
			weinig						
			wind						
			zachte						
			zien						
			zon						
			zorg						

Bijlage 2 Geïnterviewde stakeholders

Organisatie	Naam	Functie
Gemeente Westland	Mw. C. Tatouh	Beleidsmedewerker Recreatie, toerisme en strandveiligheid
Haagse vrijwillige reddingsbrigade	Dhr. D. Schouten	Operationeel commandant
Strandpaviljoen en kitesurfschool Blow Beachhouse	Dhr. T. de Klerk	Mede-eigenaar
Stichting Duinbehoud	Dhr. J. Duindam	Duinconsulent voor kustgebied Hoek van Holland, Solleveld, Kapittelduinen, Westland (waaronder ZM valt)

Bijlage 3 Gespreksleidraad interviews stakeholders

INTRODUCTIE EN KENNISMAKING

1. Kunt u uzelf kort introduceren en aangeven hoe u vanuit [naam organisatie] betrokken bent bij de Zandmotor?
2. Sinds wanneer bent u betrokken bij de Zandmotor?

VISIE OP DE ZANDMOTOR

3. Hoe uniek is de Zandmotor volgens u: wat kenmerkt of biedt de Zandmotor wat andere (kust-)omgevingen niet bieden?
4. Waar zet u [naam organisatie] zich specifiek voor in? Wat zijn de belangrijkste activiteiten van u/uw organisatie in relatie tot de Zandmotor?

RECREANTENGROEPEN

5. Wij onderscheiden grofweg vier groepen recreanten: wandelaars (met en zonder hond), badgasten, kitesurfers, natuurliefhebbers. Missen we hiermee een belangrijke recreantengroep?
6. Op welke groepen recreanten richten jullie je (voornamelijk)? Waarom deze?
7. Wat ziet u als belangrijke belevingswaarden van de Zandmotor voor elk van deze groep(en)?
8. In hoeverre ervaart u het recreatief gebruik van de Zandmotor door deze groepen recreanten verenigbaar?
9. En in hoeverre gaat het recreatief gebruik samen met natuurontwikkeling op de Zandmotor?
10. In hoeverre heeft het recreatief gebruik op de Zandmotor impact op natuurgebied Solleveld?
11. In eerder onderzoek onder recreanten op de Zandmotor zijn verschillende knelpunten naar voren gekomen. Spelen deze nog steeds?
12. Is er een overlegstructuur tussen stakeholders over het recreatief gebruik van de Zandmotor?

- Meest genoemde knelpunten (2015):
1. Veiligheid
 2. Regelgeving
 3. Parkeermogelijkheden
 4. Honden
 5. Afval

TOEKOMST

13. Wat ziet u als de belangrijkste opgave/uitdaging voor de toekomst, ten aanzien van recreatie op de Zandmotor?
14. Ziet u dit ook als een opgave voor uw organisatie? Wat heeft u nodig om hier in uw werk handen en voeten aan te geven?
15. Welke rol kan de provincie hierbij spelen?

TOT SLOT

16. Heeft u zelf nog vragen of opmerkingen?

©WENR, voorjaar 2019

Bijlage 4 Resultaten vergelijking methoden om aantal bezoekers te tellen

Er zijn diverse methoden om antwoord te krijgen op de vraag hoe intensief de Zandmotor wordt gebruikt door recreanten. Elke methode heeft zijn voor- en nadelen (Goossen, 2015) met betrekking tot betrouwbaarheid en kosten. Voor de Zandmotor zijn uiteindelijk de volgende methoden gebruikt om te vergelijken en te concluderen welke methode de beste resultaten oplevert tegen aanvaardbare kosten.

1. Visuele tellingen
2. Foto's van de Argusmast
 - a. Handmatige tellingen
 - b. Realtime Object Detection
3. Foto's van de webcam
 - a. Handmatige tellingen
 - b. Realtime Object Detection
4. Sensortellingen

Om methode 1 t/m 3 te vergelijken, zijn data gebruikt van zaterdag 25 mei.

Ad 1) Visuele tellingen

Wageningen UR heeft een methode ontwikkeld om het gebruik van openluchtrecreatiegebieden te meten. Rekening houdend met weersomstandigheden (de belangrijkste voorspeller in recreatief gebruik) moet volgens de methode in elk seizoen drie dagen visueel geteld worden en wel op een zaterdag, een zondag en een doordeweekse dag. Het idee is om op twaalf dagen om 10.00, 14.00 en 18.00 uur het totaal aantal recreanten, honden en kitesurfers die aanwezig zijn op de Zandmotor te tellen.

In eerste instantie wilden wij veldwerkers inzetten om op deze twaalf dagen de activiteiten van de recreanten te noteren en bezoekers te tellen, die een van de vijf toegangsmogelijkheden van de Zandmotor verlaten. Vergelijkbaar met eerder onderzoek moest er op de volgende vijf locaties geteld worden: Molenslag, Schelpenpad, Watertoren, Strandslag 1 en Strandslag 2. Om inzicht te krijgen in het gebruik van het fietspad dat door het duingebied loopt, wordt ook bij opgang Watertoren het aantal passanten geteld, opgedeeld in de twee richtingen.

Het bleek niet mogelijk om voldoende veldwerkers te vinden om te gaan tellen. Intensieve pogingen in diverse steden en bij diverse instanties (Hogescholen, Universiteiten) leverde 1 veldwerker op.

Vandaar dat medewerkers van WENR en hun familie en vrienden zijn ingezet om een start te maken en is op zaterdag 25 mei 2019 het gebruik geteld. Op die dag was er weinig wind (windkracht 2/3), in de ochtend (08.00-12.00 uur) miezerregen, daarna droog en zonnig, 18 graden.

Het gebied is verdeeld in vijf zones (zie kaart 1) en op elke locatie is om 10.00, 14.00 en 18.00 het aantal bezoekers geteld dat toen aanwezig was in de desbetreffende zone.



Kaart 1: Indeling Zandmotor in zones en locaties momenttellingen.

Zone A bleek een te groot gebied om in een keer alles te kunnen overzien en in zone E zaten ook veel toeristen binnen in het restaurant en/op het terras. Deze recreanten zijn ook meegenomen bij de tellingen. In zone E is ook een aantal strandhuisjes aanwezig waar toeristen voor hun huisje zaten. Ook deze zijn meegeteld.

Tabel 1 Aantal Recreanten per zone op de Zandmotor om 10.00 uur op 25 mei 2019.

10.00 uur	Zone A	zone B	zone C	zone D	zone E	Totaal	Perc.
Wandelen	4	1	4	1	5	15	36.6
Hond uitlaten	1	3	1	7	12	24	58.5
Fietsen/mountainbiken						0	0.0
Zwemmen/zonnen/luieren					1	1	2.4
Naakt recreëren						0	0.0
Surfen (golf-, kite-, wind-)						0	0.0
Varen						0	0.0
Hardlopen					1	1	2.4
Paardrijden						0	0.0
Vliegeren						0	0.0
Dieren spotten (met verrekijker)						0	0.0
Horeca bezoeken						0	0.0
Anders, namelijk...						0	0.0
Totaal	5	4	5	8	19	41	

Om 10.00 uur zijn er vooral hondenuitlaters (59%) op de Zandmotor, maar ook veel wandelaars (37%). Overige activiteiten komen sporadisch voor om 10.00 uur (Tabel 1).

Om 14.00 uur doet de horeca goede zaken, want de terrassen zitten dan redelijk vol, zowel binnen als buiten (Tabel 2). De horecabezoekers vormen met 42% de grootste groep om 14.00 uur, gevolgd door de wandelaars (23%) en hondenuitlaters (19%). De 'anders'-categorie betreft vaak spelende kinderen of strandgangers met een bal. Om 14.00 uur is het 7,5 keer zo druk op de Zandmotor als om 10.00 uur.

Tabel 2 Aantal Recreanten per zone op de Zandmotor om 14.00 uur op 25 mei 2019.

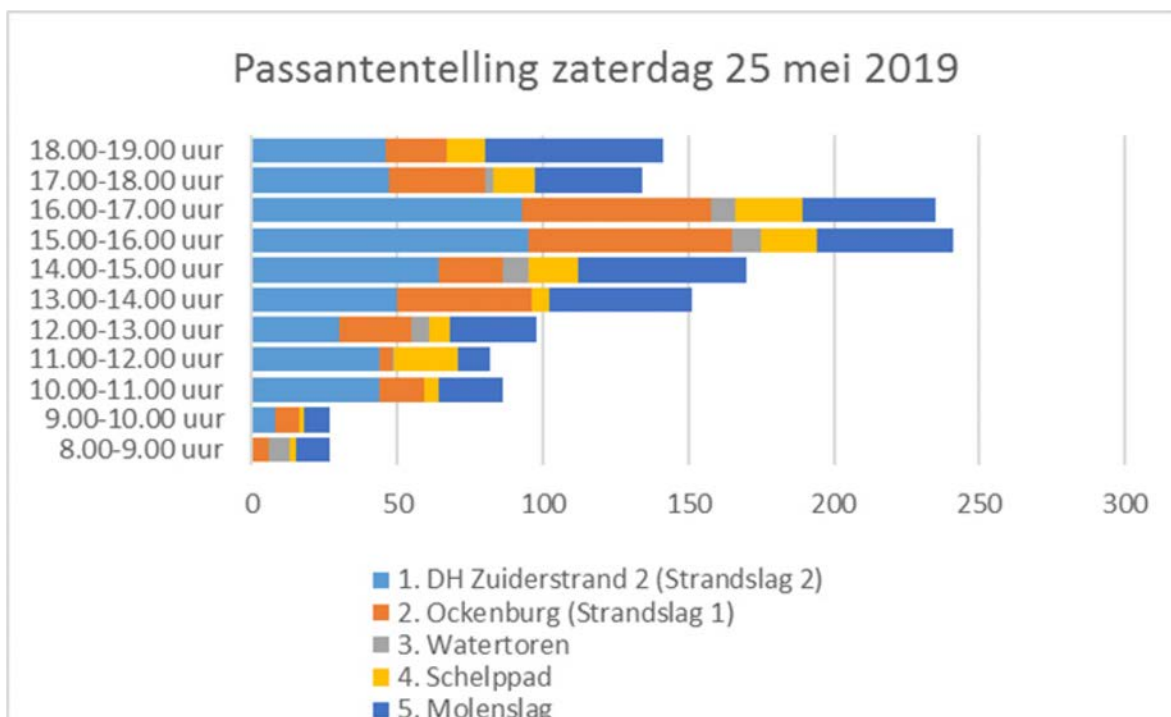
14.00 uur	Zone A	zone B	zone C	zone D	zone E	Totaal	Perc.
Wandelen	7	17	13	11	23	71	23.1
Hond uitlaten	4	1	6	7	40	58	18.9
Fietsen/mountainbiken						0	0.0
Zwemmen/zonnen/luieren	16		6		8	30	9.8
Naakt recreëren						0	0.0
Surfen (golf-, kite-, wind-)						0	0.0
Varen						0	0.0
Hardlopen				1	3	4	1.3
Paardrijden						0	0.0
Vliegeren						0	0.0
Dieren spotten (met verrekijker)						0	0.0
Horeca bezoeken	50				79	129	42.0
Anders, namelijk...	8				7	15	4.9
Totaal	85	18	25	19	160	307	

Om 18.00 uur is het bezoek aan de Zandmotor gelijk aan dat van 14.00 uur, ware het niet dat het aandeel horecabezoekers (49%) licht is gestegen (Tabel 3). Wellicht gaan recreanten rond dat tijdstip dineren. Het meer zonnige weer was aanleiding voor 14% van de bezoekers om te gaan zonnen. Het aandeel hondenuitlaters is flink gedaald ten opzichte van 14.00 uur. Ook het aandeel wandelaars daalde licht.

Tabel 3 Aantal Recreanten per zone op de Zandmotor om 18.00 uur op 25 mei 2019.

18.00 uur	Zone A	zone B	zone C	zone D	zone E	Totaal	Perc.
Wandelen	10	10	5	6	28	59	19.3
Hond uitlaten	3	2	1	8	13	27	8.9
Fietsen/mountainbiken						0	0.0
Zwemmen/zonnen/luieren	6			4	34	44	14.4
Naakt recreëren						0	0.0
Surfen (golf-, kite-, wind-)						0	0.0
Varen						0	0.0
Hardlopen	2					2	0.7
Paardrijden						0	0.0
Vliegeren						0	0.0
Dieren spotten (met verrekijker)						0	0.0
Horeca bezoeken	30				120	150	49.2
Anders, namelijk...	5				18	23	7.5
Totaal	56	12	6	18	213	305	

Op deze drie tijdstippen zijn er dus in totaal 653 recreanten op de Zandmotor geweest.



Figuur 1 Aantal passanten (N) dat de Zandmotor verlaat (per uur, per strandopgang).

Daarnaast is de hele dag het aantal vertrekkende bezoekers geteld dat de Zandmotor verlaat bij de strandopgangen of via het strand (de uiterste lijnen over het strand op kaart 1). Het blijkt dat vanaf 10.00 uur veel strandbezoekers het gebied beginnen te verlaten, maar ook tussen 15.00 en 17.00 uur is er een piek (fig. 1). Het Zuiderstrand 2 (strandslag 2) en Molenslag zijn duidelijk de belangrijkste toegangswegen voor de Zandmotor, respectievelijk 37 en 27%.

Het Zuiderstrand 2 wordt veel gebruikt door hondenuitlaters. Wellicht omdat het strand ten noorden hiervan verboden is voor honden van 1 mei tot 1 oktober. De Watertoren heeft met 3% het laagste aandeel in vertrekkende strandgangers. Op 25 mei 2019 zijn tussen 08.00 en 19.00 uur in totaal 1.392 bezoekers geteld die de Zandmotor hebben verlaten. Dat is twee keer zoveel als op de drie tijdstippen is geteld.

Op deze dag zijn op de locatie Watertoren ook het aantal recreanten op het fietspad geteld (Tabel 4).

Tabel 4 Aantal recreanten op het fietspad per uur per richting op 25 mei 2019.

	Uit richting Kijkduin				Uit richting Ter Heijde			
	Wandelaars	Hardlopers	Fietsers	Totaal	Wandelaars	Hardlopers	Fietsers	Totaal
8.00-9.00 uur				5				8
9.00-10.00 uur				27				21
10.00-11.00 uur	1	10	10	21	2	19	8	29
11.00-12.00 uur	2	4	12	18	4	2	15	21
12.00-13.00 uur	13	3	35	51	3	4	10	17
13.00-14.00 uur	8	2	34	44	2	4	33	39
14.00-15.00 uur	2	1	40	43	6	2	27	35
15.00-16.00 uur	0	0	41	41	7	0	44	51
16.00-17.00 uur	6	2	32	40	11	0	45	56
17.00-18.00 uur	0	1	31	32	2	3	28	33
18.00-19.00 uur	0	3	10	13	2	0	24	26
Totaal	32	26	245	335	39	34	234	336

Het blijkt dat het merendeel van de recreanten fietser is (78%), gevolgd door de wandelaar (12%) en hardloper (10%).¹³ Opvallend is dat er evenveel recreanten richting Kijkduin gaan als richting Ter Heijde. Toch blijkt dat tussen 12.00 en 15.00 uur meer recreanten richting Kijkduin gaan en daarna meer richting Ter Heijde. Het lijkt erop dat de recreanten uit Ter Heijde komen en een tocht naar Kijkduin maken om 's middags weer terug te keren.

¹³ De eerste twee uur is nog geen splitsing gemaakt naar activiteit.

Op 25 mei 2019 tussen 08.00 en 19.00 uur zijn er 671 passanten geteld op het fietspad op de locatie Molenslag. Tussen 16.00 en 17.00 uur is het op de locatie Watertoren het drukst en komen er 96 passanten (14% van het totaal) voorbij, ofwel 1,6 passant per minuut.

Ad 2) Foto's van de Argusmast

Omdat het zeer moeilijk was om veldwerkers te vinden, is gezocht naar alternatieve methoden om het aantal recreanten in beeld te krijgen. Daarvoor is letterlijk 'het beeld' gebruikt van foto's die camera's op de Argusmast hebben genomen.

Op de Argusmast staan 12 camera's om de vorderingen van de Zandmotor vast te leggen. Deze camera's bestrijken 360 graden. Om de 30 minuten wordt er een foto gemaakt. De foto's worden door Deltares/TU Delft opgeslagen in een portal waar WENR toegang tot heeft gekregen. Foto's worden beschikbaar gesteld op de website en dat zal naar verwachting ook nog wel even doorlopen.

De foto's worden in diverse formats opgeslagen en van elke foto is bekend vanuit welke camera het gemaakt is, dag en tijdstip, op de seconden af. De tijden zijn opgeslagen in UTC. Hiermee is dus elk tijdstip te selecteren. Voor dit onderzoek hebben we de foto's in jpg-format geselecteerd die op 25 mei 2019 om 10.00, 14.00 en 18.00 uur zijn gemaakt.

http://argus.citg.tudelft.nl/api/images/?site=Zandmotor&image_type=snap&camera=&day_minute=480&epoch=1558771200 (dat is 25 mei om 10.00 NL tijd (dus 08.00 UTC)).

Hiermee kunnen we vergelijkingen maken met de visuele tellingen.

Op de foto's zijn ook mensen te zien. De foto's bestrijken het hele gebied, alhoewel op de uiterste punten van dit onderzoek, Molenslag en Zuiderstrand 2, de recreanten niet echt goed te zien zijn (Afbeelding 2). Bij vergroting van de foto's zijn er wel recreanten op te zien, maar niet echt goed. De recreanten zijn geteld via twee methoden: handmatig en automatisch.

Handmatig lijkt in eerste instantie betrouwbaar, maar kost erg veel tijd en is dus erg duur. Het automatisch tellen via herkenning is een nieuwe techniek waar nog niet veel ervaring mee is.



Figuur 2 Foto camera 1 op de Argusmast met een deel van de Zandmotor richting Kijkduin.

Op elk tijdstip zijn de 12 foto's geselecteerd vanuit elke camera. Voor 25 mei in totaal dus 36 foto's. Door in te zoomen, kan het aantal recreanten geteld worden, alhoewel de beelden soms te vaag zijn en het soms niet duidelijk is of het een mens betreft of een strandpaal. Daardoor blijft het een schatting.

Voor de geautomatiseerde tellingen maken we gebruik van een bij WENR aanwezig 'Realtime Object Detection System', genaamd YOLO (You Only Look Once). YOLO is een open-sourceprogramma dat draait op Linux. Met dit systeem is het mogelijk om een veelheid aan elementen op een foto geautomatiseerd te herkennen en te tellen. Het systeem herkent onder meer personen, honden, kitesurfers, parasols etc. De Argusmast-foto's hebben we via het systeem laten analyseren. Tevens hebben we beide methoden vergeleken met de visuele tellingen ter plekke. Hierbij zijn de recreanten die binnen in het restaurant zitten of buiten op het terras niet meegenomen, omdat die op de foto's niet te zien zijn. Ook hebben we een indeling gemaakt welke camera welke zone in beeld krijgt. Overlap is zo veel mogelijk vermeden. Zone A komt via camera's 7 en 8 in beeld; zone B via camera's 9 t/m 12; zone C via camera's 2 t/m 6 en zone D en E via camera 1 (zie kaart 1).

Uit Tabel 5 blijkt dat er een groot verschil zit tussen het geautomatiseerd tellen en handmatig tellen, maar minder tussen handmatig en visueel tellen.

Tabel 5 Aantal recreanten op foto's Argusmast per tijdstip via verschillende telmethoden.

Tijdstip	Methode	Camera												Totaal
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
10.00	Handmatig	33	1	3	0	0	1	0	9	0	0	0	0	47
	Automatisch	0	1	5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	7
	Zonetellingen	27	5					5		4				41
14.00	Handmatig	76	10	0	2	4	5	1	38	4	0	0	9	149
	Automatisch	0	5	3	1	2	4	1	1	0	0	0	1	18
	Zonetellingen	100	25					35		18				178
18.00	Handmatig	55	7	2	0	0	3	0	31	3	0	0	2	103
	Automatisch	0	4	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	8
	Zonetellingen	111	6					26		12				155

De recreanten op de foto's zijn te klein of te ver weg om automatisch door YOLO herkend te worden (zie fig. 3). Alleen zone C (camera's 2 t/m 6) komt nog redelijk overeen met de visuele en handmatige tellingen. Dit komt omdat de recreanten op deze camera's groter in beeld komen. De vele recreanten op strandopgangen Molenslag en Zuiderstrand 2 zijn te ver weg om herkend te worden. Ook ziet YOLO af en toe een paal of een duintje aan voor een recreant. Ook indien recreanten dicht bij elkaar lopen, worden ze door YOLO niet apart herkend. De nauwkeurigheid van YOLO is dus onvoldoende, tenzij recreanten redelijk groot in beeld komen. Het analyseren met YOLO gaat daarentegen wel heel snel (minder dan een minuut per foto). Het handmatig tellen kost daarentegen heel veel tijd, maar is wel iets nauwkeuriger vergeleken met de visuele tellingen (10.00 uur: 115%; 14.00 uur: 84%; 18.00 uur: 66%). Maar ook hier vooral indien recreanten groter in beeld zijn. Recreanten op camera 1 en 8 (de populaire strandopgangen) zijn moeilijker te onderscheiden, zelfs met veel inzoomen. Tevens moet bijgehouden worden hoeveel recreanten op beelden van meer camera's te zien zijn om dubbeltellingen te voorkomen.



Figuur 3 Recreanten op het strand (links) en recreanten herkend door YOLO (rechts).

De conclusie is dat recreanten op de foto's gemaakt met de camera's op de Argusmast te klein en/of te ver weg zijn om te herkennen, waardoor het tellen via de handmatige en YOLO-methoden geen echt bevredigende resultaten opleveren. Alleen wanneer de recreanten groter in beeld zijn zoals in zone C, zijn de methoden handmatig en YOLO te gebruiken, waarbij YOLO de voorkeur heeft omdat dit sneller gaat.

Ad 3) Foto's van de webcam

Er staat een webcam op het dak van het NH Atlantic hotel aan de boulevard van Kijkduin. Deze webcam maakt rondom opnames en zoomt zelfs in naar de Zandmotor. Tot voor kort kon daardoor

een groot deel van de Zandmotor worden gezien, zelfs tot aan het strand bij strandopgang Molenslag. Sinds juni is echter het gebouw dat aan de boulevard wordt gebouwd zo hoog geworden dat een deel van de Zandmotor niet meer goed te zien is. Maar op 25 mei was dit nog wel het geval. De beelden zijn live te volgen via <https://www.strandweer.nu/livestreams/kijkduin/> en het is mogelijk om 12 uur terug te kijken. De beelden worden niet standaard opgeslagen, maar op verzoek en tegen betaling is dit wel mogelijk. Op zaterdag 25 mei waren de medewerkers van WENR zelf op de Zandmotor en 's avonds zijn de beelden teruggekeken. Helaas waren de beelden van 10.00 uur niet meer beschikbaar, maar wel van 14.00 en 18.00 uur. Via 'stills' van de webcam zijn deze beelden als jpg opgeslagen (fig. 4). Het aantal recreanten dat op de foto's te zien is, is zowel handmatig geteld als automatisch via YOLO. Recreanten op webcam foto 7 en 8 (nabij strandslag Molenslag) zijn moeilijk te onderscheiden, zelfs met veel inzoomen. Tevens moet bijgehouden worden hoeveel recreanten op beelden van meer webcamfoto's te zien zijn om dubbeltellingen te voorkomen. Maar in verband met de vergelijking tussen beide methoden is dit nu niet gedaan. De resultaten staan in Tabel 6.

Tabel 6 Aantal recreanten op foto's van de webcam per tijdstip via verschillende telmethoden.

Tijdstip	Methode	Webcamfoto's								totaal
		1	2	3	4	5	6	7	8	
14.00 uur	Handmatig	23	26	21	10	17	40	8	6	151
	Automatisch	36	10	7	4	15	11	1	0	84
18.00 uur	Handmatig	19	12	9	6	12	19	13	22	112
	Automatisch	34	0	2	4	11	3	1	3	58

Uit Tabel 6 blijkt dat er wederom een groot verschil is tussen het aantal recreanten dat handmatig geteld is en automatisch via YOLO. Via YOLO wordt er ongeveer de helft minder geteld. Ook ziet het programma andere 'voorwerpen' soms als mensen. En ook nu geldt dat de recreanten soms te dicht op elkaar staan, te klein en/of te ver weg zijn om automatisch herkend te worden. Alleen webcamfoto 5 komt redelijk goed overeen zowel op 14.00 als op 18.00 uur.



Figuur 4 Still van foto 5 van de webcam bij Kijkduin op 25 mei 14.00 uur.

De conclusie is dat het automatisch tellen van recreanten op foto's van de webcam via het programma YOLO geen goede resultaten opleveren. Alleen foto 5 geeft een redelijk resultaat. Helaas is deze opname nu niet meer mogelijk door het hoge gebouw dat gebouwd wordt aan de boulevard.

Ad 4) Sensoren

Door de enigszins onbevredigende resultaten van de vorige methoden is gezocht naar alternatieven. Dit is gevonden door infrarode sensoren te plaatsen bij alle strandopgangen van de Zandmotor en op het fietspad nabij strandopgang Watertoren. Tabel 7 geeft een overzicht van het gebruik per strandslag en fietspad, waarbij de oorspronkelijke data al door de twee gedeeld zijn.

Tabel 7 *Aantal recreanten per maand per strandopgang en fietspad.*

Maand	Molenslag	Schelpenpad	Watertoren	Strandslag 1	Strandslag 2	Totaal	Fietspad
V.a. 19 Juli	16.532	4.038	2.398	16.016	7.922	46.905	10.466
Augustus	23.429	6.740	4.375	24.419	14.276	73.238	24.105
September	13.059	1.111	2.929	14.661	9.614	41.373	13.281
Oktober	4.726	696	3.846	5.844	3.185	18.297	5.804
November	9.246	4.342	486	5.049	5.752	24.873	17.212
December	10.896	3.533	675	6.147	18.412	39.662	13.808
Januari	10.597	5.724	1.475	18.083	29.883	65.761	14.738
Februari	3.815	1.367	919	3.533	4.491	14.124	9.580
Totaal	92.298	27.550	17.102	93.751	93.534	324.233	108.994

Bijlage 5 Leefstijlen van MarketResponse

Avontuurzoekers (Maïke)

Moderne kunst? Graag. Andere culturen? Interessant. Slapen op een vulkaan? Doen. Deze avontuurlijke en creatieve recreanten doen lekker hun eigen ding. Ze zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling. Ruimdenkendheid is de karaktertrek van de Avontuurzoeker. Ze willen het 'echte' leven ervaren, in alle rijkheid. Bijvoorbeeld in een museum, in de natuur, of in een cursus waarin ze nieuwe dingen opsteken. Authentieke ervaringen zien zij als een grote verrijking van hun bestaan. Het is dan ook niet vreemd dat ze op vakantie veel rondtrekken. Ze zoeken naar bijzondere, gekke of verrassende locaties om te overnachten.

De kenmerken van de avontuurzoeker komen gedeeltelijk overeen met het bezoeks­motief 'Uitdaging'.

Inzichtzoekers (Jacques)

'Kunst, cultuur en wandelingen houden je fit!' Inspirerende en rustige activiteiten zijn het domein van deze groep. De over het algemeen iets oudere Inspiratiezoeker heeft weer tijd voor zijn interesses én wil blijven meedoen in de wereld. Dingen leren en ervaren willen ze, in de natuur en met culturele activiteiten. Het liefst alleen of met een klein gezelschap. Vrije tijd is tijd die je bewust moet besteden. Museumbezoek en bezienswaardige gebouwen; daar liggen de interesses. Actief de natuur in kan ook: het liefst wandelend of fietsend. Overnachten doen ze graag op een plek waar de praktische voorzieningen goed geregeld zijn. Zoals in een bekende hotelketen, in een bed & breakfast met goede recensies. Ze zijn dan ook best bereid iets meer te betalen. Ze lezen opvallend vaak de krant (*NRC, Trouw, de Volkskrant*) en gebruiken op het gebied van social media vooral LinkedIn.

De kenmerken van de inzichtzoeker komen veel overeen met het bezoeks­motief 'Interesse'.

Harmoniezoekers (Lieneke)

'Hè, gezellig!' Ja, het draait maar om één woord bij deze groep: als het maar gezellig is. Vrije tijd is tijd die ze dan ook graag met hun gezin, familie of vrienden doorbrengen. En ze zijn pas echt blij als iedereen in het gezelschap tevreden is. Lekker winkelen, een pretpark bezoeken of juist ontspannen in de sauna; de combinatie van gezelligheid en rustig aan doen past perfect bij deze groep. Ook op vakantie willen ze dat er voor iedereen iets te doen is. Activiteiten voor de kinderen, een mooi zwembad; geen wonder dat ze graag een huisje huren op een park met veel voorzieningen. Een familiecamping mag ook. Recreanten in deze groep zijn hartelijke mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig.

De kenmerken van de harmoniezoeker komen veel overeen met het bezoeks­motief 'Gezelligheid'.

Rustzoekers (Bert)

'Dicht bij huis is genoeg moois te zien.' Deze doelgroep houdt recreatie graag letterlijk en figuurlijk dicht bij huis. Lekker in Nederland blijven ze, het hoeft allemaal niet zo gek voor de Rustzoekers.

'De wereld verandert wel erg hard' is een gedeelde opvatting. Net als 'Waarom zou je ver reizen, dicht bij huis is genoeg moois te zien.' Eigenlijk vinden ze het leven 't prettigst als ze lekker rondom huis hun eigen gang kunnen gaan, beetje tuinieren, wellicht een rondje fietsen of wandelen.

Maar natuurlijk gaan ze er ook weleens op uit. En dan vinden ze het fijn om van tevoren zo veel mogelijk te regelen. Geen verrassingen, geen drukte. Privacy en rust zijn belangrijk.

De kenmerken van de rustzoeker komen veel overeen met het bezoeks­motief 'Er even tussenuit'.

Plezierzoekers (Roxanne)

'Lang leve de lol!' Van attractiepark tot festivals; plezier hebben, dat is recreëren voor deze groep. Gekke dingen doen en vermaakt worden. Feesten, de holt op met een groep vrienden, daar maak je ze gelukkig mee. Je ziet ze veel op festivals en evenementen, maar ze pakken ook graag samen een filmpje. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd. En gezelligheid kent geen tijd. Op vakantie gaat de Plezierzoeker graag op pad met familie en vrienden. Bijvoorbeeld op een zon- en strandvakantie, op een feestvakantie of op een avontuurlijke vakantie. Het belangrijkste is dat het gezellig is en dat er voor iedereen wat te doen is. Als dat op een camping kan is dat prima, maar als ze een leuke aanbieding kunnen vinden voor een luxe hotel... dat is echt genieten!

De kenmerken van de harmoniezoeker komen veel overeen met het bezoekmotief 'Gezelligheid'.

Stijlzoekers (Danielle)

'Work hard, play hard'. Wellnesscenters, een sportwedstrijd bezoeken of slapen in een mooi hotel; dat is de wereld van deze groep. Het zijn zelfverzekerde en doelgerichte recreanten. Harde werkers met ambitie en ondernemingsdrift treffen we hier vaak. Hun actieve en strevende levensstijl komt ook duidelijk naar voren in hun vrije tijd en vakantie. In hun eigen woorden: 'Work hard, play hard.'

Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie. Luxe en comfort zijn dan ook zeer belangrijk. En daarbij: het sociale gebeuren moet kloppen. Dus liever zo veel mogelijk Ons Soort Mensen, op dezelfde golfvlengte om zich heen. Goed voor je netwerk ook.

De kenmerken van de stijlzoeker komen beperkt overeen met het bezoekmotieven 'Gezelligheid' en 'Uitdaging'.

Verbindingszoekers (Hans)

'Gewoon, samen even lekker ontspannen.' Er zijn voor elkaar, dat is niet meer dan normaal voor de Verbindingszoekers. In hun vrije tijd zetten zij zich daarom graag in voor anderen, met vrijwilligerswerk of in een vereniging. In de tijd die overblijft, genieten ze graag van de natuur, op de fiets of al wandelend. Maar ook een bezoek aan museum of theater vinden ze fijn. De interesse in anderen en de wereld vind je ook terug in hun reisgedrag: ze hoeven niet op één plek te blijven. Rondtrekken vinden ze leuk. Dan verblijven ze graag op een camping met goede faciliteiten of in een bekende hotelketen. En bevat het ze? Dan komen ze terug en delen ze hun ervaringen met anderen.

De kenmerken van de verbindingszoeker komen deels overeen met het bezoekmotieven 'Er even tussenuit' en 'Interesse'.

Bijlage 6 Ergernissen van de boulevardbezoeker

Ergernis Boulevardbezoeker	Aantal	Percentage
De bouw van Kijkduin	20	17
Afval	18	16
Hondenpoep	10	9
Honden	6	5
Asociaal gedrag van mensen	5	4
Het idee dat het volgebouwd wordt	5	4
Geen horeca 's winters en op het strand	4	3
Geluidsoverlast in het weekend	4	3
Weinig (legen) vuilnisbakken	4	3
Dat honden er niet het hele jaar mogen lopen	3	3
De horeca en winkels zijn niet mooi	3	3
Verdwijning van kneuterige, gezellige karakter	3	3
Fietsende fietsers en brommers op boulevard	2	2
Naaktstrand als ik langs het strand wandel	2	2
Te weinig toezicht	2	2
Verloedering winkelgalerij	2	2
Voertuigen op het strand	2	2
Abnormale prijzen voor horeca	1	1
Actuele uitzicht van gebouwen	1	1
Er wordt te weinig rekening gehouden met de natuur (bijv. zeespiegelstijging)	1	1
Gemis van waterkraan	1	1
Gesloten winkelcentrum	1	1
Horeca	1	1
Huur pacht nieuwe horeca te hoog	1	1
Meeuwen	1	1
Onvoldoende borden omtrent veiligheid in het water	1	1
Paarden	1	1
Pokemon-fanaten	1	1
Regelgeving gemeente en eigenaren van grond, waardoor bebouwing stagneert	1	1
Te druk	1	1
Te hip	1	1

Bijlage 7 Enquête gebruik en beleving strand tussen Ter Heijde en Kijkduin

Wageningen Universiteit en Research doet in opdracht van de provincie Zuid-Holland een onderzoek naar recreatie en toerisme in dit gebied. Wij stellen het zeer op prijs als u mee wilt doen met het invullen van deze vragenlijst.

1. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

2. Wat is de totale groepsgrootte van uw gezelschap, inclusief kinderen?

- Alleen
- 2 personen
- 3 personen
- 4 personen of meer

3. Zijn er 1 of meer honden aanwezig in het gezelschap?

- Ja
- Nee

4. Weet u dat het brede strand hier Zandmotor heet?

- Ja
- Nee

5. Hoe bent u op de hoogte geraakt van het brede strand hier?

- Over gelezen
- Van gehoord via vrienden/bekenden
- Ik wist niet dat hier een breed strand is
- Anders, namelijk ...

6. Weet u wat de Zandmotor inhoudt? Waar het toe dient en hoe het werkt?

7. In welk land woont u?

- | | |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Nederland | <input type="checkbox"/> Frankrijk |
| <input type="checkbox"/> België | <input type="checkbox"/> Polen |
| <input type="checkbox"/> Duitsland | <input type="checkbox"/> Anders, namelijk ... |
| <input type="checkbox"/> Verenigd Koninkrijk | |

8. Bent u vanuit uw woonplaats hierheen gekomen?

- Ja
 Nee, vanuit mijn vakantieadres/tijdelijke verblijfplaats

9. Op welke manier of met welk vervoermiddel bent u naar het strand gekomen?

Indien meerdere vervoermiddelen, dan vervoermiddel noteren waarmee de grootste afstand is afgelegd

- Auto
 Motor
 Bus, tram en/of trein
 Fiets of mountainbike
 Bromfiets/scooter
 Te voet
 Anders, namelijk ...

10. Hoeveel jaar komt u al op het strand tussen Ter Heijde en Kijkduin waar nu de Zandmotor ligt?

- Dit is de eerste keer
 Aantal jaar ...

11. Kunt u met behulp van onderstaande kaart aangeven welk deel van de Zandmotor u vaak bezoekt?

Meerdere antwoorden mogelijk

- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Zone 1 | <input type="checkbox"/> Zone 4 | <input type="checkbox"/> Zone 7 |
| <input type="checkbox"/> Zone 2 | <input type="checkbox"/> Zone 5 | <input type="checkbox"/> Zone 8 |
| <input type="checkbox"/> Zone 3 | <input type="checkbox"/> Zone 6 | <input type="checkbox"/> Alle zones |



12. Welke drie emoties omschrijven het best hoe u de Zandmotor ervaart?

- Ontspannend
- Dynamisch
- Saai
- Vrijheid
- Spannend en avontuurlijk
- Actief
- Gevaarlijk
- Een geluksgevoel hebben
- Kale vlakte
- Geconfronteerd worden met de elementen (wind, zon)
- Intens genieten
- Frisse lucht/geuren en uitwaaien
- Nietigheid van de mens ervaren
- Smerig
- Ongerept
- Nieuwsgierig zijn naar wat zich in de natuur bevindt en wat zich daar afspeelt
- Anders, namelijk ...

13. Iedereen geeft een eigen betekenis aan de Zandmotor. In hoeverre bent u het eens met de volgende betekenissen?

	Ze er mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Ze er mee eens
Zandmotor is geschikt voor recreatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor is mooi vormgegeven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor roept bij mij allerlei emoties op	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor is interessant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor geeft me vrijheid om te doen wat ik wil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor verbindt water, natuur en recreatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor is een efficiënte investering in kustveiligheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ben trots op dit Nederlandse experiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor levert een bijdrage aan onze veiligheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor betekent persoonlijke gezondheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor heeft voor mij een spirituele betekenis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zandmotor laat de kracht van de elementen zien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Voelt u zich persoonlijk verbonden met het gebied tussen Ter Heijde en Kijkduin waar nu de Zandmotor ligt?

Totaal niet verbonden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ze er sterk verbonden
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Kunt u aangeven hoe vaak u de afgelopen 12 maanden op het strand tussen Ter Heijde en Kijkduin (de Zandmotor) bent geweest, inclusief dit bezoek?

- 1 keer (dit bezoek is de eerste keer) → ga door naar vraag 18
- 2 tot 3 keer
- 4 tot 5 keer
- 5 tot 10 keer
- Meer dan 10 keer
- Weet niet

16. Op welke dag van de week en op welk tijdstip bezoekt u meestal de Zandmotor?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Doordeweeks, 's ochtends
- Doordeweeks, 's middags
- Doordeweeks, 's avonds
- In het weekend, 's ochtends
- In het weekend, 's middags
- In het weekend 's avonds
- Alle dagdelen
- Weet niet

17. In welke seizoenen komt u bij de Zandmotor?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Lente
- Zomer
- Herfst
- Winter
- Alle seizoenen
- Weet niet

18. Welke activiteit of activiteiten onderneemt u meestal tijdens uw bezoek aan de Zandmotor?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Wandelen
- Natuur bezoeken
- Dieren spotten
- Hond uitlaten
- Fietsen/ mountainbiken
- Zwemmen/ zonnen/ luieren
- Naakt recreëren/ nudistenstrand
- (Golf-, kite-, wind-) surfen
- Paardrijden
- Schelpen, fossielen etc. zoeken
- Hardlopen
- Vliegeren
- Horeca bezoeken: op het strandterras zitten
- Anders, namelijk...

19. Hoeveel tijd brengt u vandaag bij benadering door op de Zandmotor?

- ½ uur
- ½ - 1 uur
- 1 - 2 uur
- 2 - 4 uur
- Meer dan 4 uur
- Weet niet

20. Iedereen gaat met een ander motief recreëren. De onderstaande vijf verhaaltjes gaan over deze verschillende motieven. Wilt u ze rustig doorlezen en daarna de vraag beantwoorden?

	<p>1. Gezelligheid:</p> <p>Gezellig samen met vrienden of familie op stap. Lekker in de zon zitten, "terrasje pikken" of luieren. Recreatieve activiteiten worden voor u georganiseerd en zijn vooral gezellig en leuk om te doen. De activiteiten duren niet te lang en zijn niet te spannend. Pret hebben met elkaar en gezelligheid zijn belangrijk.</p>
<p>2. Er tussen uit:</p> <p>Even de batterij opladen. Genieten, lekker bijkomen en weg uit uw dagelijkse omgeving. Stress verdwijnt door lekker buiten te zijn en nergens meer aan te denken. Het bezoek aan een groene omgeving is een ontsnapping aan het dagelijkse leven en een groene omgeving is hét decor om tot rust te komen.</p>	
	<p>3. Interesse voor gebieden:</p> <p>Lekker er tussenuit en ook nog iets leren. Interessante dingen te weten komen over de natuur en cultuur en ook bekijken. Informatiebordjes met beschrijvingen en interessante verhalen en weetjes geven invulling aan uw interesse. Een excursie met iemand die veel over de omgeving kan vertellen, geeft een extra dimensie aan het bezoek.</p>
<p>4. Volledig opgaan in planten- en dierenwereld:</p> <p>Liefde voor natuur is het kernwoord. De liefde voor de natuur uit zich in het alles willen weten over vogels, zoogdieren, andere fauna of flora. Als er eventueel soorten zijn die niet herkend worden, zoekt u ze op in een handboek. Eigenlijk wilt u kunnen struinen door de natuur. Het liefst doet u dat alleen, of met iemand die ook dezelfde interesse en liefde voor natuur heeft.</p>	
	<p>5. Uitdaging:</p> <p>De fysieke uitdaging wordt aangegaan. Gezond blijven door sportieve activiteiten zoals mountainbiken, wandeltochten, nordic walking, hardlopen of een andere vorm van inspanning; als het maar spannend, uitdagend en gezond is. Een groene omgeving is een mooi decor maar de beleving richt zich vooral op de uitdaging.</p>

20. Kunt u aangeven in welke mate de volgende motieven op u van toepassing zijn bij uw bezoek aan de Zandmotor?

Geef per motief een % aan; de som hiervan moet 100% zijn.

- | | |
|---------------------------------------------------|------|
| 1. Gezellig samen op stap | ...% |
| 2. Even weg om de batterij weer op te laden | ...% |
| 3. Lekker er tussenuit en ook nog iets leren | ...% |
| 4. Volledig opgaan in de planten- en dierenwereld | ...% |
| 5. <u>Voor de sportieve uitdaging</u> | ...% |
| | 100% |

21. Kunt u voor de onderstaande onderdelen aangeven of u dit belangrijk vindt voor de Zandmotor? En ook uw beoordeling van de Zandmotor voor dit onderdeel (in een rapportcijfer)?

Onderdeel:	Hoe belangrijk vindt u elk onderdeel?				Hoe beoordeelt u de Zandmotor op elk onderdeel?										
	Niet belangrijk	Gemiddeld	Belangrijk	Zeër belangrijk	1=Slecht										10=Goed
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Een mooi strand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Een schoon strand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Een groot binnenmeer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Een goede leefomgeving voor dieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rust en ruimte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van regelgeving*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veiligheid op het strand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veiligheid in het water	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gedragingen van mede-recreanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschikbaarheid van voorzieningen zoals horeca, parkeergelegenheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vrij uitzicht (geen zicht op industrie, torens etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nudistenstrand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kitesurfgebied	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hondenstrand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gebied met fossielen en schelpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Met regelgeving wordt bedoeld: wat wel en niet mag: aanwijzingsborden, zones e.d.

22. Wat is in het algemeen uw rapportcijfer voor de Zandmotor (waarbij een 10 zeer goed is en een 1 zeer slecht)?

Zeër slecht	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Zeër goed
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

23. Ergert u zich aan bepaalde aspecten op de Zandmotor?

Noteer maximaal 3 ergernissen

Nee

Ja, namelijk:

1.
2.
3.

24. Nu u op de Zandmotor bent...

Voelt u zich momenteel:	Heel licht of helemaal				
	niet	Een beetje	Matig	Veel	Heel veel
Alert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angstig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enthousiast	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geïnspireerd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nerveus, gespannen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ontdaan, bedroefd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opgewekt, uitgelaten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terneergeslagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vastberaden, vastbesloten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. Als er minder of geen recreanten worden toegelaten op de Zandmotor, heeft de natuur meer kans om zich te ontwikkelen. Er kunnen zich dan kleine duintjes vormen en er ontstaat een geschikte broedplek voor vogels. Op deze foto's is te zien hoe dit er ongeveer uitziet. Vindt u deze natuur aantrekkelijker dan de huidige Zandmotor?

- Ja, aantrekkelijker
- Nee, minder aantrekkelijk
- Nee, even aantrekkelijk



26. Een consequentie van de ontwikkeling van deze natuur is dat (delen van) de Zandmotor wordt afgesloten voor recreanten. U kunt de Zandmotor dan alleen vanaf het doorgaande strand beleven. Is dat voor u acceptabel?

- Ja, dat is acceptabel
- Nee, dat is niet acceptabel

De volgende vraag gaat niet specifiek over de Zandmotor, maar over uw beeld van natuur in het algemeen.

27. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

	Zeer oneens		Neutraal	Zeer eens	
Beheer van natuur is nodig om landschappelijke diversiteit te realiseren. Deze diversiteit komt de recreatieve aantrekkelijkheid ten goede.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Echte natuur is natuur zonder bebouwing of andere vormen van menselijke invloed.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koeien in een weide zijn minder natuur dan vogels in de lucht. Omdat een boer voor de koeien zorgt en ze melkt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alle levende wezens behoren tot de natuur, inclusief de mens. Alles dat leeft is natuur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De natuur kan zichzelf prima herstellen. De natuur is zeer taai en zeer krachtig en kan veranderingen aan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Wat is uw postcode?

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

29. Wat is uw geboortjaar?

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

30. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

- Geen onderwijs/basisonderwijs
- Lbo/vbo/vmbo (kader- en beroepsgerichte leerweg)
- Mavo/eerste 3 jaar havo en vwo/vmbo (theoretische en gemengde leerweg)
- Mbo (middelbaar beroepsonderwijs)
- Havo- en vwo-bovenbouw/wo- en hbo-propedeuse
- Hbo-/wo-bachelor of kandidaats
- Wo-doctoraal of master
- Weet niet

31. Heeft u nog opmerkingen, noteer deze dan hieronder:

Bedankt voor uw deelname aan deze enquête!
Het onderzoek duurt één jaar. De resultaten worden in 2020 door de provincie Zuid-Holland kenbaar gemaakt.

In te vullen door onderzoekmedewerker

Naam enquêteur:

Datum:

Interviewlocatie, zone: A / B / C / D / E

Dagdeel:

Voor 12.00 uur

Na 12.00 uur

Wageningen Environmental Research
Postbus 47
6700 AA Wageningen
T 0317 48 07 00
www.wur.nl/environmental-research

Wageningen Environmental Research
Rapport 3028
ISSN 1566-7197

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.500 medewerkers (5.500 fte) en 12.500 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.



To explore
the potential
of nature to
improve the
quality of life



Wageningen Environmental Research
Postbus 47
6700 AB Wageningen
T 317 48 07 00
www.wur.nl/environmental-research

Rapport 3028
ISSN 1566-7197

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.500 medewerkers (5.000 fte) en 12.500 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

