

Analyse resultaten pilot Zaanse Schans - Door ondernemersverenigingen OVZS Zaanse Schans en OV1509 Zaanse Schans

Bijlage 1: Opzet Verloop en Resultaten Pilot Entreegelden en Drukbeheersing



Opzet Verloop en Resultaten Pilot Entreegelden en Drukbeheersing

1. Pagina 1 (laatste alinea): “...via resellers.”
 - Hoeveel procent van de *online* verkochte tickets is verkocht via deze resellers en wat is het percentage commissie dat betaald moest worden voor deze tickets? Binnen de branche is dit namelijk vaak een aanzienlijke kostenpost.
2. Pagina 2 (2^e alinea): “communicatie via website(s), socials en nieuwsberichten voorafgaand aan bezoek. Tevens zijn zowel online als fysiek in Amsterdam campagnes gevoerd”
 - Wat zijn hiervan de kosten? Deze moeten worden meegenomen in de verwachte opbrengst.
3. Pagina 2 (3^e alinea): “Hoewel tijdens de eerste vijf weken (in beperkte mate) hosts zijn ingezet om aan bezoekers te vragen of zij al een entreeticket gekocht hadden, en eventueel de voordelen uit te leggen, kende dit uitdrukkelijk niet het karakter van kaartcontrole of opdringerige verkoop.”
 - Wij zijn van mening dat deze vorm van ‘controle’ wel degelijk een vorm van actieve verkoop is met een opdringerig karakter.
4. Pagina 4 (4^e alinea): “Acties Ondernemers Zaanse Schans”
 - Er wordt gesteld dat de ondernemers hebben geflyerd en andere acties hebben gevoerd met de boodschap “Gratis toegang, er is geen ticket nodig”. Er werd echter geflyerd en geïnformeerd met de boodschap “Free admission – No ticket required”, wat letterlijk vertaald naar “Gratis toegankelijk – Geen ticket vereist”. Met andere woorden, de ondernemers worden nu geframed door de tekst negatiever te laten lijken dan hoe er daadwerkelijk is gecommuniceerd (“geen ticket nodig”, in plaats van “geen ticket vereist”. Een klein, maar wezenlijk verschil). De informatie die de ondernemers hebben gebruikt is feitelijk correct en zou daarmee geen probleem moeten opleveren voor de pilot. Tenzij de pilot erop geënt was om de bezoeker te misleiden door de schijn te wekken dat een ticket verplicht was. De ondernemers hebben bezoekers enkel gewezen op het feit dat een ticket niet vereist was, wat de “Erfgoedpartijen” pretenderen ook gedaan te hebben. In dat geval is er dus door beide partijen dezelfde informatie gedeeld. Daarnaast wordt de ondernemers verweten een nieuwe website gelanceerd te hebben. De website www.zaanseschans.nl en www.zaanseschans.com zijn beide al decennialang in bezit van de ondernemers en daarmee is dan ook niets onheus gedaan. Tevens wordt gesteld dat er foutieve informatie over de “erfgoedpartijen” op de website stond, hetgeen wij ten stelligste ontkennen. Wij zien graag op welke ‘verkeerde informatie’ de “erfgoedpartijen” doelen, aangezien ons dit totaal onduidelijk is. Wij ontkennen overigens niet dat wij onze bezoekers juiste en duidelijke informatie hebben gepresenteerd via meerdere kanalen, wat gezien de slechte communicatie

vanuit de “erfgoedpartijen” aangaande de openbaarheid en het vrijwillige karakter van de kaart in onze ogen noodzakelijk was om onvrede bij de bezoekers te voorkomen. Wij hebben namelijk helaas veelvuldig moeten constateren dat bezoekers zich belazerd voelden door de kaart en de aankoop hiervan.

5. Pagina 5 (1^e alinea): “De Zaanse Schans is in de pilotperiode door ruim 1.023.000 passanten (voetgangers) bezocht”

- Het genoemde aantal passanten is veel te hoog. Middels de eerdere cijfers van Stichting de Zaanse Schans en met de formule van Strabo kunnen we achterhalen dat ongeveer 30,5% van het totaal aantal bezoekers per jaar de Zaanse Schans bezoekt in de periode 10 juni tot 1 september. Bij het benoemde aantal van 1,023 miljoen bezoekers komen we dan op jaarbasis uit op ruim 3,35 miljoen bezoekers ($1.023.000/0,305$). We kunnen het unaniem met elkaar eens zijn dat dit getal veel te hoog is. Dit zorgt ervoor dat alle genoemde cijfers in het rapport in twijfel getrokken moeten worden, aangezien de basiscijfers niet op orde zijn. Alle overige berekeningen zullen daarmee ook aangetast zijn.
 - Berekening: Volgens de bezoekerscijfers van Stichting de Zaanse Schans/Strabo bezochten 2.360.241 gasten de Zaanse Schans in 2023. In de pilotperiode in 2023 waren dit er 292.361 (augustus) + 269.368 (juli) + 159.591 (2/3 van het totaal van 239.387 in juni) = 721.320. Dit betekent dat gedurende de pilotperiode ongeveer 30,5% van het jaarlijkse aantal bezoekers de Zaanse Schans bezoekt.

6. Pagina 8 (Tabel 2): “Brug Catharinahoeve”

- Deze brug is praktisch de hele maand augustus buiten bedrijf geweest. Daarmee konden er dan ook geen tellingen meer uitgevoerd worden, aangezien de telcamera niet is verplaatst naar de “tijdelijke” pontonbrug. De gegevens van dit punt zijn daarom niet bruikbaar voor de gehele pilot, maar enkel voor de periode 10 juni t/m juli.

7. Pagina 8 (2^e alinea onderaan): “Bezitters van een Ticket Zaanse Schans waren het minst vaak tevreden over de drukte”

- Dit beaamt het probleem dat meermaals door de ondernemers is aangekaart, namelijk dat wanneer er een ticket wordt verkocht voor het gebied als geheel, men zich dit gebied ook gaat toe-eigenen, want “zij hebben er immers voor betaald”. Het is daarom ook niet gek dat dit – al helemaal wanneer de bezoeker na aankoop van een ticket ook nog moet wachten - zorgt voor ontevredenheid.

8. Pagina 9 (1^e alinea): “61% van de aankomende passanten arriveerde via ingang Oost, 21% via ingang West”

- De conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat er ongeveer 3 keer zoveel bezoekers de Zaanse Schans bezoeken via ingang Oost in vergelijking met ingang West. Dit strookt niet met de eerdere bevindingen van Strabo (uitgevoerd door Stichting de Zaanse Schans), aangezien zij al jarenlang aangeven dat het bezoek via ingang Oost (touringcar/auto) en ingang West (OV) ongeveer 50/50 is. De gegevens van Strabo en Crowdcom lijken elkaar dus tegen te spreken. Uiteraard

moet er een slag om de arm worden gehouden wegens de busstop bij het Zaans Museum, maar dit kan een dergelijke discrepantie niet verklaren.

9. Pagina 9 (1^e alinea): “17% via ingang Noord”

- Dit percentage kan onmogelijk kloppen, wellicht tenzij fietsers ook meegeteld zijn. Er is namelijk bij ingang Noord geen andere vervoersmogelijkheid dan lopend of met de fiets (geen parkeerplaats en geen OV). Hetzelfde geldt voor de vertrekkende passanten, waar wordt gesteld dat 19% via ingang Noord de Zaanse Schans verliet. De enige logische conclusie die hierbij gesteld kan worden is dat het meetpunt van ingang Noord te zuidelijk op het molenlint is neergezet. Dit heeft erin geresulteerd dat iedereen die het gehele molenlint afliep/naar het Molenmuseum liep is geteld als vertrekkende én arriverende passant. Indien dit het geval is kan nagenoeg dit gehele percentage uit de berekeningen verwijderd worden wegens eerdergenoemde reden (geen parkeerplaats en geen OV). Dit resulteert in een correctie van omstreeks 173.910 passanten (17% van 1.023.000), waarmee het ruwe totale aantal bezoekers aan de Zaanse Schans in de pilotperiode wordt teruggebracht naar +/- 850.000 bezoekers. Dit is nog steeds te hoog in vergelijking met de realiteit, maar beduidend realistischer dan het eerder genoemde aantal.

10. Pagina 10 (1^e alinea onderaan): “Het Zaans Museum gaf aan hierdoor minder binnenlopers te hebben, waardoor de horeca- en winkelomzet omzet minder waren dan verwacht. Op 8 juli 2024 werden bij de ingang van het Zaans Museum extra banners geplaatst om bezoekers te wijzen op de horeca- en winkelfuncties van het museum. Plaatsing leidde niet tot een significante verandering van het aantal getelde passanten dat bij het museum binnenliep.”

- De voornaamste wijziging die heeft plaatsgevonden is het toevoegen van de informatiecabine nabij het Zaans Museum en het verwijderen van de “i” markering bij het Zaans Museum. Daarnaast zijn enkel in deze 1^e fase hosts ingezet (zie volgende punt). De welkomstpoort gaf namelijk amper tot geen extra informatie behalve als welkomstbord. Hieruit kan de conclusie getrokken worden dat wanneer het Zaans Museum haar eerder gewenste functie als informatiepunt verliest, de omzet m.b.t. horeca- en winkelfuncties daalt. Het fungeren als informatiepunt levert het Zaans Museum om die reden veel extra omzet op en zou daarom een gewenste situatie zijn. Het Zaans Museum heeft echter aangegeven van deze functie af te willen, met alle mogelijke economische gevolgen van dien. Dit lijkt ons, gezien de economische situatie van het Zaans Museum, daarom een ongewenste ontwikkeling.

11. Pagina 10 (3^e alinea): “In de Strabo bezoekersenquêtes gaf bijna 90% van de ondervraagden aan geen host gesproken te hebben” en “Van de bezitters van een Ticket Zaanse Schans gaf 40% aan een host gesproken te hebben”

- Dit geeft aan dat bezoekers met een Ticket Zaanse Schans 4x zo vaak met hosts spraken dan bezoekers zonder ticket. Hieruit kunnen wij de conclusie trekken dat het Ticket Zaanse Schans veel vragen opwierp, waardoor men veel eerder geneigd was een host aan te spreken ter verduidelijking. Datgene waar de ondernemers bang voor waren, namelijk de onduidelijkheid wat nu precies met

het Ticket Zaanse Schans gedaan kan worden (evenals de vrijwilligheid ervan) was dus zeer gegrond, zo wordt bevestigd met bovenstaande gegevens.

12. Pagina 10 (5^e alinea): “Ondanks verkoop aan de randen van het terrein, gingen bezoekers veelal eerst naar de populairste bezienswaardigheden, en bezochten daarna de overige locaties. Dit veranderde niet toen in fase 2 de centrale verkooppunten werden gesloten.”
- Dit punt beaamt eveneens dat de informatievoorziening vanuit de ondernemers geen directe invloed heeft gehad op de verkopen van de pilot. De bezoekers hebben enkel een beter geïnformeerde beslissing kunnen nemen, maar men zou verwachten dat er afwijkingen zijn in deze resultaten als de informatievoorziening van de ondernemers hier invloed op had gehad.
13. Pagina 11 (2^e alinea): “Tabel 6 toont dat Molen de Kat met totaal 23% de meest bezochte bezienswaardigheid door bezitters van een Ticket Zaanse Schans was, gevolgd door Molen Het Jonge Schaap en het Molenmuseum. Welke bezienswaardigheden werden bezocht hing samen met het aantal bezienswaardigheden dat werd bezocht. Bij één scan waren molen De Kat (52%) en het Zaanse Museum (22%) dominant. Slechts bij een toename van het aantal scans werd het aandeel van de overige bezienswaardigheden groter. Deze verhouding veranderde niet nadat in fase 2 de mogelijkheid tot aankoop van losse tickets weer was ingevoerd.”
- In de laatste alinea van pagina 10 wordt gesteld dat een bezoeker met een Ticket Zaanse Schans gemiddeld 3 tot 3,5 locaties bezoekt. Uitgaande van dit aantal en kijkende naar tabel 6 kan de conclusie worden getrokken dat gemiddeld 70% van de bezoekers met een Ticket Zaanse Schans de molens en het Molenmuseum de belangrijkste locaties vindt ($14+4+29+4+19 = 70\%$). Het verbaast ons dat één erfgoedpartij verantwoordelijk is voor 70% van het bezoek, waar de overige partijen gezamenlijk slechts 30% behalen, een in onze ogen scheve verhouding van de lasten en lusten van het Ticket Zaanse Schans.
14. Pagina 11 (4^e alinea): “In de Strabo bezoekersenquêtes gaf 90% van de bezitters van een Ticket Zaanse Schans aan twee uur of langer op de Schans te verblijven.”
- Dit percentage komt niet overeen met de resultaten uit grafiek 5 op pagina 11 (“Verblijfsduur van houders Ticket Zaanse Schans). In deze grafiek is terug te zien dat 51% langer dan 2 uur op de Zaanse Schans verbleef (49% verbleef korter dan 2 uur), terwijl het Strabo rapport aangeeft dat dit 90% is. Wederom is niet duidelijk waar deze verkeerde cijfers vandaag komen en/of welke van de twee meetmethodes correct of incorrect is.
15. Pagina 12 (2^e alinea): “In de Strabo bezoekersenquêtes gaf 39% van de ondervraagden aan met de auto of motor gekomen te zijn. Driekwart van de ondervraagde autoreizigers gaf aan op het terrein van de Zaanse Schans geparkeerd te hebben. Van juni tot en met augustus parkeerden 67.828 auto’s op het parkeerterrein van de Zaanse Schans.”
- Volgens de eerdere gegevens zijn er in de periode 10 juni tot 1 september 1.023.000 bezoekers geweest aan de Zaanse Schans. Indien 39% per auto/motor is gekomen, zou dit neerkomen op 398.970 bezoekers. Uitgaande van de 67.828 auto’s in dezelfde periode, zou dit betekenen dat iedere auto

gemiddeld 5,88 passagiers aan boord had. Het behoeft geen pleidooi dat dit aantal passagiers natuurlijk nooit kan kloppen. Wederom lijkt er daarom iets mis te gaan in de cijfers omtrent deze pilot.

16. Pagina 12 (2^e alinea): “Regelmatig reden bestuurders terug en keerden om nadat zij vanaf de rotonde al waren afgeslagen richting het parkeerterrein.”

- Is er bij deze bestuurders nagevraagd waarom zij omkeerden nadat zij al voor de slagboom van het parkeerterrein stonden? Het lijkt ons immers zeer belangrijk – veiligheidshalve – om te achterhalen wat de beweegreden is voor deze bezoekers om een dergelijke onveilige manoeuvre uit te voeren?

17. Pagina 12 (2^e alinea): “... tot ruim 23% in de laatste drie weken van augustus.”

- Uitgaande van de eerdergenoemde aantallen van 67.828 auto's in de pilotperiode en uitgaande van de bezoekpercentages (cijfers Stichting de Zaanse Schans) van eerdere jaren, waarbij in dezelfde periode (10 juni – 31 augustus) 40,5% van het bezoek in de pilotperiode plaatsvond in de maand augustus, kunnen we concluderen dat er momenteel 265 auto's per dag buiten de Zaanse Schans parkeren in de maand augustus. Gezien de beperkte parkeerruimte in de omgeving rondom de Zaanse Schans, benadrukt dit eens te meer de noodzaak voor een demontabele parkeergarage. De extra parkeerplaatsen die gecreëerd worden door de plaatsing van deze parkeergarage kan de 265 extra auto's per dag ruimschoots opvangen. Kortom, de bestaande verkeersproblematiek wordt in stand gehouden zolang er geen gedegen onderzoek wordt gedaan naar de plaatsing van een demontabele parkeergarage. Deze oplossing is meermaals aangedragen door de ondernemers en meermaals is er toegezegd door zowel de Gemeente Zaanstad als Stichting de Zaanse Schans dat hier onderzoek naar zou worden gedaan. Helaas is er echter tot op heden niets mee gedaan.
 - **Berekening:** In de maand augustus heeft 40,5% van het totale aantal auto's in de pilotperiode geparkeerd bij de Zaanse Schans, namelijk 27.470 stuks ($67.828 \cdot 0,405$). Indien 23% van de respondenten aangaf elders dan bij de Zaanse Schans te parkeren, betekent dit dat het totale aantal auto's dat de Zaanse Schans *en omgeving* bezocht uitkomt op 35.675 stuks ($27.470 / 0,77$ ($100\% - 23\%$)). Kortom, in de maand augustus parkeerden 8.205 auto's elders dan op de Zaanse Schans ($35.675 - 27.470$). Dit komt neer op gemiddeld ruim 265 auto's per dag ($8.205 / 31$).

18. Pagina 12 (3^e alinea): “In de Strabo bezoekersenquêtes gaf 8% van de bezoekers die met de auto kwamen aan dat zij aan de overzijde van de Leeghwaterweg parkeerden. Ook taxi's vermeden het parkeren op het terrein aan de Schansend en wachtten aan de overzijde.”

- Is er bij deze bestuurders en taxi's nagevraagd waarom zij hier parkeerden in plaats van op het parkeerterrein naast de Zaanse Schans en specifiek bij de taxi's waarom zij het wachten op het parkeerterrein van de Zaanse Schans vermeden, ondanks dat dit logischerwijs een betere wachtlocatie is dan aan de overkant van de Leeghwaterweg? Het lijkt ons immers zeer waardevolle informatie wat de reden is dat men het parkeerterrein naast de Zaanse Schans links laat liggen en te kiezen voor een alternatieve optie.

19. Pagina 12 (4^e alinea): “In de Strabo bezoekersenquêtes gaf 24% van de ondervraagden aan met een OV lijnbus gekomen te zijn, en 13% met een touringcar.”

- Uitgaande van deze cijfers betekent dit dat gedurende de pilotperiode 13% van de bezoekers arriveerde per touringcar. Dit komt - uitgaande van de eerdere cijfers - neer op 132.990 bezoekers gedurende de pilot ($1.023.000 \times 0,13$). Hoewel wij hebben en zullen blijven benadrukken dat men niet gecategoriseerd kan en mag worden als “flitstoerist/freeloader”, is er door de “erfgoedpartijen” in eerdere stadia aangegeven dat zij deze bezoeker niet wensen en dat de bezoekers per touringcar een probleem vormen voor de druktebeleving en het verdienmodel. Het blijkt uit deze cijfers echter dan slechts 13% van de bezoekers per touringcar arriveert en daarmee in onze optiek moeilijk een van de door de “erfgoedpartijen” geschetste problemen kan veroorzaken. Onze eerdere bevindingen dat er door de “erfgoedpartijen” een hetze wordt gevoerd tegen deze vorm van bezoek wordt hiermee dan ook wederom bevestigd. Wij vinden de communicatie vanuit de “erfgoedpartijen” in eerdere stadia dan ook nog steeds schandalig, zeker in het licht van deze cijfers.

20. Pagina 12 (4^e alinea): “Van juni tot en met augustus parkeerden 6.799 bussen op het parkeerterrein van de Zaanse Schans.”

- Bij punt 19 is duidelijk geworden dat er gedurende de pilotperiode 132.990 bezoekers per touringcar arriveerden (uitgaande van de benoemde cijfers). Uitgaande van de 6.799 touringcars tijdens de pilotperiode, kunnen wij de conclusie trekken dat er per touringcar gemiddeld 19,5 personen aan boord zaten ($132.990/6.799$). Voortbordurend op punt 19, kan hiermee wederom aangetoond worden dat de “erfgoedpartijen” in eerdere communicatie een hetze aan het voeren zijn tegen bezoekers per touringcar. Er werd en wordt namelijk meermaals gesproken over “busladingen vol toeristen” door zowel de “erfgoedpartijen” als binnen de Gemeente Zaanstad. Echter, de cijfers laten zien dat er gemiddeld nog niet eens 20 personen aan boord zijn per touringcar. Hoe men dus kan spreken over “busladingen vol toeristen” verbaast ons daarom zeer en de ondernemers verzoeken de benoemde partijen dan ook met klem om dergelijke uitspraken te staken in toekomstige correspondentie.

21. Pagina 12 (4^e alinea): “Daarnaast lieten touringcars reizigers (illegaal) in- en uitstappen bij de openbare bushaltes.”

- Is er bij deze touringcars nagevraagd waarom zij de bezoekers lieten uitstappen op de openbare bushalte (wat overigens niet illegaal is), in plaats van gebruik te maken van het parkeerterrein naast de Zaanse Schans? Het lijkt ons immers (wederom) zeer belangrijk om te achterhalen wat hiervoor de redenen zijn.

22. Pagina 13 (3^e alinea): “Het getoonde aantal potentiële klanten betreft 93% van het aantal vastgestelde bezoekers zoals vermeld in tabel 1”

- In tabel 1 op pagina 5 wordt gesproken over 1.023.107 bezoekers. 93% van dit aantal komt neer op 951.490 bezoekers. Echter, in tabel 7 op pagina 13 wordt gesproken over 874.024 potentiële klanten. Waar dit verschil van 77.466

potentiële klanten vandaan komt is ons onbekend, maar er lijkt hier sprake te zijn van een rekenfout en/of een percentagefout.

23. Pagina 13 (4^e alinea): “Het Ticket Zaanse Schans was tijdens de hele pilotperiode voor volwassenen te koop voor 17,50 EUR, kinderen betaalden 12,50 EUR, en voor groepen vanaf 10 personen gold een groepstarief dat 2,50 EUR korting gaf op het reguliere tarief. In totaal zijn tijdens de pilot 52.265 Tickets Zaanse Schans verkocht, waarvan 51.249 met een geldigheid binnen de pilotperiode. 79% van de verkochte Tickets Zaanse Schans was een ticket voor volwassenen en 21% een kinderticket. 96% betaalde het reguliere tarief en 4% het groepstarief.”

- De totale inkomsten van het Ticket Zaanse Schans gedurende de pilotperiode was om die reden €854.518, zie hieronder de berekening:
 - Berekening: Er zijn in totaal 52.265 Tickets Zaanse Schans verkocht. 79% is verkocht aan volwassenen (41.289 tickets) en 21% aan kinderen (10.976 tickets). 4% van deze tickets was verkocht aan groepsbezoek, wat neerkomt op de volgende aantallen en inkomsten:
 - 39.637 x volwassenen tarief á €17,50 (€693.648)
 - 1.652 x volwassenen groepstarief á €15,- (€24.780)
 - 10.536 x kinderen tarief á €12,50 (€131.700)
 - 439 x kinderen groepstarief á €10,- (€4.390)
 - Totaal = €854.518
 - Hoewel er bijzonder genoeg geen kosten zijn genoemd in de documenten, gaan wij er - gezien de begrote uitgaven en het feit dat de toegezegde €350.000 van de Gemeente Zaanstad in zijn volledigheid wordt benut - vanuit dat de kosten van de pilot vele malen hoger waren dan deze inkomsten.
 - Economisch gezien kunnen we daarom concluderen dat de pilot onsuccesvol is geweest.

24. Pagina 14 (2^e alinea): “... betaalde 82,5% van de bezoekers nergens toegang.”

- Allereerst is er hierbij (wederom) sprake van framing en wordt er duidelijk een hetze gevoerd tegen de bezoekers die niet bereid zijn om te betalen voor, of geen interesse hebben in, de locaties van de “erfgoedpartijen”. Een groot deel van deze bezoekers heeft immers op andere manieren bijgedragen aan de Zaanse Schans, ofwel middels de parkeertarieven, ofwel middels aankopen (zonder entree) in bijvoorbeeld een van de molens of musea, een toiletbezoek of bij een van de locaties van de ondernemers. Om nu dus te stellen dat 82,5% van de bezoekers nergens toegang heeft betaald vinden wij daarom onterecht en hiermee wordt een negatief beeld geschetst van de groep bezoekers die geen behoefte heeft aan een entree tot een van de “erfgoedpartijen”. Ter vergelijking benadrukken wij graag dat de parkeerinkomsten direct in de zak verdwijnen van slechts één van deze “erfgoedpartijen”, namelijk Stichting de Zaanse Schans. Dit komt gedurende de pilot neer op een bedrag van omstreeks €1.374.368 (67.828 auto's x €15,- + 6.799 bussen * (+/-) €52,50). Kortom, er wordt 61% méér verdiend met het parkeren dan met de gehele Ticket Zaanse Schans. Daarbij staan de lasten van de twee inkomstenbronnen niet met elkaar in verhouding. Voor de inkomsten van het Ticket Zaanse Schans bestaan de onkosten o.a. uit

het operationeel houden van alle locaties van de “erfgoedpartijen” tezamen + alle benodigdheden voor de ticketverkoop zelf. Voor de parkeerinkomsten bestaan de onkosten echter enkel uit het operationeel houden van de parkeerplaats.

- Wij concluderen daarom dan ook dat er ten eerste geen sprake kan zijn van 82,5% “onbetaald” bezoek, zoals nu wordt geschetst, maar dat *minimaal* 61% “betaald” bezoek is (ex. uitgaven op locatie) en ten tweede dat de inkomsten (t.o.v. de uitgaven) vanuit één van de “erfgoedpartijen” (Stichting de Zaanse Schans in dit geval) disproportioneel hoog is in vergelijking met de andere partijen.
 - Berekening: Volgens de benoemde cijfers komt 52% van het bezoek met de auto/motor/touringcar (39%+13%). Zij zijn daarmee allen een betalende bezoeker. 17,3% van het totale bezoek heeft daarnaast een entreekaart gekocht en is daarmee eveneens een betalende bezoeker. Kortom - om dubbeltellingen te voorkomen - heeft dus 61% van de bezoekers betaald via het parkeren óf entree tot een van de “erfgoedlocaties” ($0,52 \times 1,173 = 0,61$). Dit is een *minimum* om te stellen, aangezien er natuurlijk ook nog veel bezoekers via het OV komen en vervolgens betalingen doen in alle locaties op de Zaanse Schans zoals de toiletten, in winkels en in de horeca (incl. winkel- en horecalocaties van de “erfgoedpartijen”). Wij kunnen daarom stellen dat dit percentage eerder richting de 90+% zal stijgen indien wij dergelijke betalingen meerekenen, aangezien wij het niet aannemelijk achtten dat een bezoeker aan de Zaanse Schans op geen enkele locatie, in welke vorm dan ook, betaalt. *Concluderend is het percentage eerder het tegenovergestelde van hierboven geschetst en heeft niet 82,5% van de bezoekers nergens voor betaald, maar heeft 82,5+% van de bezoekers daarentegen juist wél ergens voor betaalt.*

25. Pagina 14 (3^e alinea): “Gemiddeld kocht 7,4% een losse entreekaart bij de bezienswaardigheden”

- Er is geen uitsplitsing gegeven bij welk van deze bezienswaardigheden de losse tickets werden verkocht en in welke hoeveelheid. Voor het bekijken van de resultaten en de inzichten die hieruit voortvloeien, lijkt het ons noodzakelijk om deze cijfers inzichtelijk te maken. Hoeveel procent van de verkochte losse tickets is verkocht bij de individuele molens, het Molenmuseum, het Zaanse Museum, Museum ‘Zaanse Tijd’, etc.? Dit zijn zeer belangrijke cijfers om conclusies aan te verbinden.

26. Pagina 14 (5^e alinea): “In fase 1 beoordeelde 19% de prijs-kwaliteit met een 6,0 of lager. In fase 3 liep dit op tot 32%, terwijl het percentage bezoekers dat een 8,0 of hoger gaf min of meer gelijk bleef.”

- Wij staan versteld van deze lage score. 32% van de respondenten gaf in fase 3 aan het Ticket Zaanse Schans te beoordelen met een 6 of lager, een bijzonder slechte score. Duidelijk mag zijn dat er toch te summiere informatie is verschaft aan de bezoekers over het Ticket Zaanse Schans. Wij trekken deze conclusie

omdat gedurende de 1^e fase van de pilot 19% van de respondenten het Ticket Zaanse Schans een 6 of lager gaf. De enige afwijking gedurende de fases, was dat in de 1^e fase de ondernemers de bezoekers extra hebben geïnformeerd over het Ticket Zaanse Schans en wat zij van deze kaart konden verwachten, o.a. via een grootschalige kaart van de Zaanse Schans met de betaalde locaties vermeld. Duidelijk mag zijn dat deze extra informatie zeer gewenst was bij de bezoekers, gezien het aanmerkelijk lagere aantal respondenten die de kaart met een 6 of lager beoordeelde. Daarnaast vinden wij het percentage van 19% tot 32% van zichzelf al bijzonder slecht, wat eveneens aangeeft dat men überhaupt ontevreden was over de Ticket Zaanse Schans en de kaart daarmee ongewenst is.

27. Pagina 14 (6^e alinea): In de Strabo bezoekersenquêtes gaf ruim 95% van de ondervraagden een positief totaaloordeel over hun bezoek aan de Schans. Ruim de helft gaf aan een bezoek aan te raden aan anderen. Er was hierbij geen significant verschil tussen de fasen van de pilot. Bezitters van een Ticket Zaanse waren positief over het bezoek en ruim de helft is een “promotor”. Van de bezoekers met een groepsticket van een touroperator was tweederde “promotor”.

- Er staat op dit moment een prachtige locatie in de Gemeente Zaanstad - een van de boegbeelden van deze streek - die door 95% van de bezoekers een positief totaaloordeel krijgt, *in haar huidige vorm*. Dat is iets om uitermate trots op te zijn en wat we in de afgelopen decennia met elkaar hebben bereikt, want het gaat tenslotte om het totale verhaal: de beleving van het geheel, dat zoveel meer is dan de som der delen. Waarom zou men dan van deze succesformule afwijken en de kip met de gouden eieren slachten? Wees trots op wat er staat en wees blij met de situatie zoals deze op het moment is. Faciliteer en verbeter waar mogelijk, maar verander het idee van de Zaanse Schans niet, hoe zonde zou dat zijn?