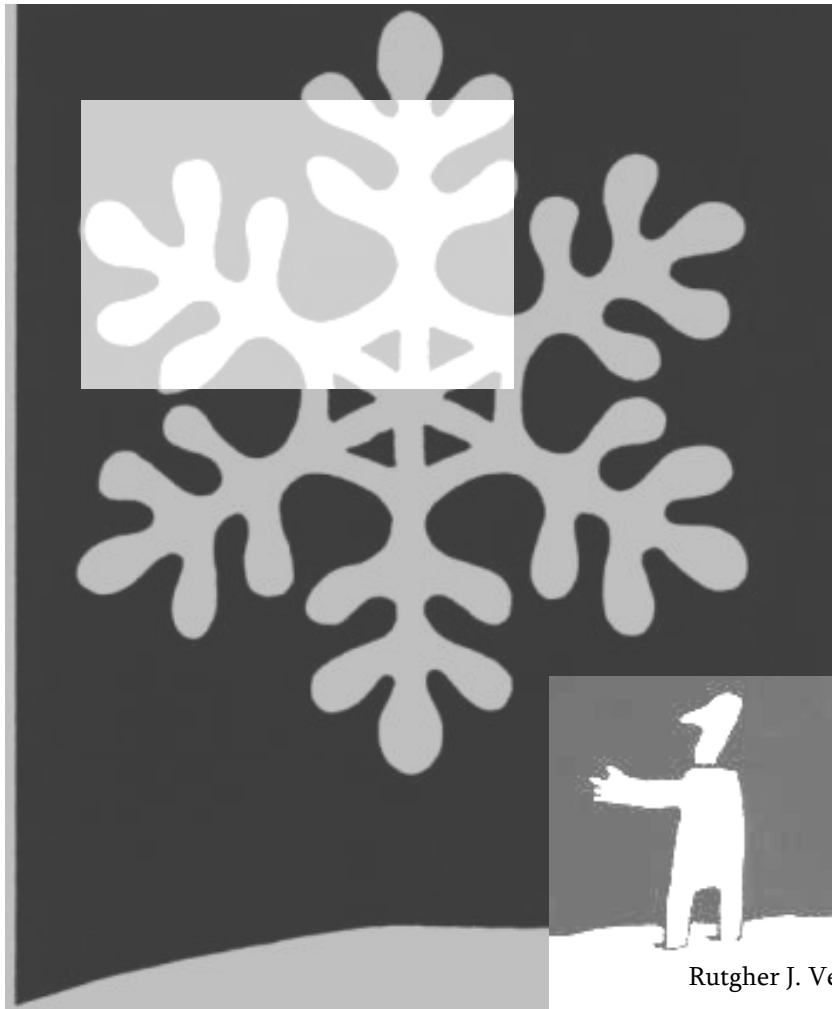


Scriptie
Rutgher J. Verstrepen

Wat doe jij deze winter?

Een onderzoek naar beïnvloedende factoren op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersport ontplooit.



Rutgher J. Verstrepen [488619]

*Scriptie
Rutgher J. Verstrepen*

Wat doe jij deze winter?

Een onderzoek naar beïnvloedende factoren op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersport ontplooit.

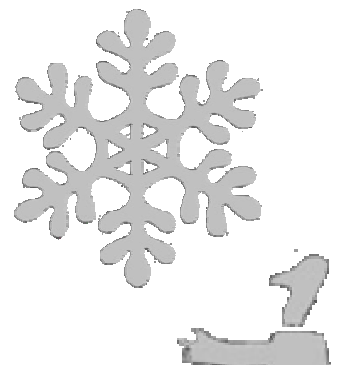


Rutgher J. Verstrepen [488619]
Master Leisure Studies
Bonding in sport careers
Dr. A.H.F. Elling
April 20067

Opmerking van één van de respondenten na het invullen van de enquête:

“Ik ga wintersporten om te gaan snowboarden, f#ck après-ski!”

(anoniem)



Voorwoord

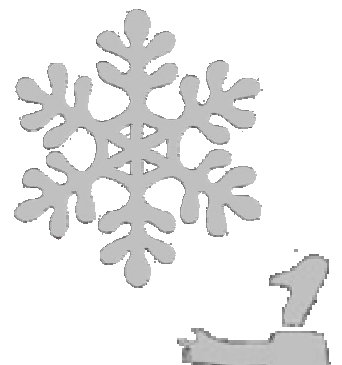
Als actief wintersportbeoefenaar, gemiddeld twee keer per seizoen, spreek het onderwerp wintersport mij erg aan! De keuze voor dit onderwerp lag dan ook direct voor de hand. Het samenkomen van mijn persoonlijke passie voor sneeuw en mijn master Leisure Studies aan de Universiteit van Tilburg is met dit onderzoek een feit. Voor u ligt mijn scriptie die veel 'spreekwoordelijke' voeten in aarde heeft gehad. Zowel de voorbereiding, de uitwerking als het schrijven van deze scriptie was een 'zware dobber', maar uiteindelijk mét resultaat. Ik wil graag van deze gelegenheid gebruikmaken om iedereen die direct en indirect betrokken zijn bij het tot stand komen van deze scriptie te bedanken! Met name mijn afstudeerbegeleidster Dr. Agnes Elling voor de kritische blik, het in mij gestelde vertrouwen en de morele support! Al mijn (ex)collega's bij Sportura; bedankt! Verder wil ik graag Thomas bedanken voor het aan het voetlicht brengen van deze studie en de vele gesprekken die wij als collega's, studiegenoten én vrienden gevoerd hebben. Over vriendschap gesproken; graag zou ik alle mensen willen bedanken die ik tot mijn vrienden reken. Op de verlenging van onze vriendschap!

Veel leesplezier!



Kugler J. Verstrepen

April, 2007.



Samenvatting

Sinds jaren gaan meer dan één miljoen Nederlanders jaarlijks op wintersportvakantie en dat aantal groeit nog steeds. Verschillende toeroperators zijn op deze markt actief en proberen hun (markt)aandeel daarin te veroveren. Een van die partijen die een aandeel probeert te winnen is Sportura Travel, welke met verschillende merknamen en segmentatiestrategieën verschillende doegroepen binnen deze markt probeert aan te spreken. Sportura Reizen is één van die merken, met name geënt op goedkope wintersportvakanties voor jongeren, studenten en jongwerkende. Een ander merk dat Sportura Travel exploiteert is Chalet Travel. Met Chalet Travel wordt geprobeerd een hoger segment aan te spreken door het aanbieden van luxe accommodaties en chalets. Sportura Travel omschrijft het verschil tussen Sportura Reizen en Chalet Travel als volgt in haar bedrijfsmissie: *”Sportura Reizen is een reisorganisatie gericht op jongeren, studenten en jong werkenden in de leeftijd van 18 tot 35 jaar. De (bedrijfs)missie is het aanbieden van kwalitatieve en betaalbare reizen die een combinatie vormen van sport, avontuur en ambiance. [...] Sportura heeft het product Chalet Travel voor de oudere doelgroep gelanceerd die meer luxe en comfort zoeken. Chalet Travel heeft een breed assortiment aan chalets in verschillende categorieën.”*

Een van de problemen waar Sportura Travel tegenaan loopt is het feit dat deze twee (verschillende) doelgroepen door elkaar heen lopen. Studenten(groepen) boeken ook chalets en ‘ouderen’ zijn ook genegen Sportura Reizen producten aan te schaffen. De segmentatiestrategie, zoals hiervoor beschreven, op basis van leeftijd en inkomen alleen blijkt niet 100% sluitend. Blijkbaar zijn er andere redenen waarom de clientèle van voornoemde merken kiezen voor respectievelijk Sportura Reizen of Chalet Travel. Dit onderzoek probeert antwoord te geven op de hiervoor geschetste problematiek. Daarbij is de volgende probleemstelling gehanteerd. *“In hoeverre zijn leeftijd en inkomen verklarende factoren voor de accommodatiekeuze en de activiteiten die reizigers van Sportura Travel tijdens de wintersportvakantie ontplooien Sportura Travel en kunnen eventueel andere factoren zoals wintersportverleden, motieven en reisgezelschap leiden tot een betere verklaring van die keuze en activiteiten?”*

De doelstelling die uit de probleemstelling voortvloeit met betrekking tot dit onderzoek luidt als volgt: *“Inzicht verkrijgen in de factoren die van invloed zijn op de accommodatiekeuze en de activiteiten die reizigers van Sportura Travel tijdens de wintersportvakantie ontplooien, teneinde vraag en aanbod beter op elkaar aan te laten sluiten”.*

In het theoretisch kader, welke als basis heeft gediend voor dit onderzoek, wordt verondersteld dat het wintersportverleden, de intrinsieke en extrinsieke motivatie, het reisgezelschap invloed uit te oefenen op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit, naast inkomen en leeftijd. Overige achtergrondvariabelen zoals maatschappelijke positie, opleiding en de opleiding van de ouders zijn tevens in de analyses opgenomen. Uit het theoretisch kader zijn diverse onderzoeksvragen voortgekomen. Deze vragen hebben betrekking op de directe invloed van het inkomen en de leeftijd op de

accommodatiekeuze, voor respectievelijk Sportura Reizen c.q. Chalet Travel. Overige onderzoeksvragen hebben betrekking tot de invloed van de achtergrondvariabelen op het wintersportverleden. De invloed van het wintersportverleden op de motieven, welke op haar beurt weer invloed uitoefenen op de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit en de accommodatiekeuze. De onderzoeksvraag met betrekking tot inkomen en leeftijd is opgenomen in dit onderzoek om te toetsen of dat de eerder geschetste probleemstelling correct is. De overige onderzoeksvragen zijn in de analyses opgenomen om de veronderstelling uit het theoretisch kader te toetsen.

Als exploratieve onderzoeksgedeelte is de invloed van het reisgezelschap op de accommodatiekeuze en de activiteiten die worden ontplooid tijdens de wintersportvakantie opgenomen in de analyses.

Het onderzoek is gedaan aan de hand van een schriftelijke enquête welke on-line beschikbaar is gesteld aan de respondenten. De respondenten zijn (a-select) geselecteerd uit het totale klanten bestand van Sportura Travel en telefonisch geattendeerd op de enquête. Dit heeft geresulteerd in (N) 239 (deels) ingevulde enquêtes, waarvan er 214 volledig ingevuld zijn.

Uit de resultaten is gebleken dat de directe invloed van leeftijd en maatschappelijke positie significant is op respectievelijk de keuze tussen Sportura Reizen en Chalet Travel, maar wanneer overige achtergrondvariabelen in de analyses worden opgenomen blijkt het zelfstandige effect van beide variabelen af te nemen en niet meer significant te zijn. Wel kan uit de analyses opgemaakt worden dat de Sportura Reizen clientèle voornamelijk bestaat uit (parttime) werkenden studenten onder de 25 jaar, terwijl de Chalet Travel clientèle voornamelijk bestaat uit fulltime werkenden, ouder dan 25 jaar.

Met betrekking tot de overige concepten opgenomen in dit onderzoek kan gesteld worden dat het wintersportverleden (aantal keer dat men reeds op wintersportvakantie is geweest en de hoeveelheid (wintersport)vaardigheden die men bezit) van invloed zijn op de motieven die men heeft om op wintersportvakantie te gaan. Uit de motieven zijn vier verschillende type wintersporters naar voren gekomen welke zich typeren als de accommodatie liefhebbers, de après-skiërs, de gebiedsliefhebbers en de intrinsiek gemotiveerde wintersporters. Elk type wintersporter geeft te kennen meer of minder waarde te hechten aan bepaalde aspecten van de wintersportvakantie. Zo is de après-skiërs met name geïnteresseerd in de activiteiten die naast het fysieke wintersporten te ondernemen zijn zoals terras bezoek en het bezoeken van discotheken en dansgelegenheden. De accommodatie liefhebbers geven te kennen veel waarde te hechten aan de accommodatie. De intrinsieke wintersporters geven te kennen het verbeteren van de eigen vaardigheden en de gezonde berglucht als zeer belangrijk te waarderen. De gebiedsliefhebbers waarderen onder andere het aantal pisten, de moeilijkheidsgraad en de variëteit als belangrijkste. Deze motieven hebben op hun beurt weer invloed op de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit alsmede de accommodatiekeuze. Zo ligt het voor de hand dat de accommodatie liefhebbers meer onder de Chalet Travel clientèle te vinden zijn dan onder de Sportura Reizen clientèle.

Als hoofdconclusie kan gesteld worden dat leeftijd en inkomen alleen geen grote zelfstandig effect hebben op het type accommodatie en de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit. Ook het type wintersporter dat men is heeft een verklarende invloed, welke significant is. Aanbeveling aan het management van Sportura Travel is dan ook om de segmentatiestrategie niet op basis van inkomen en leeftijd alleen toe te passen, maar juist de verschillende type wintersporters te benaderen en te faciliteren in hun keuze. Sportura Travel kan beter inspelen op de wensen en gedragingen van de verschillende type wintersporters om hen zo te helpen bij de accommodatiekeuze. Hierdoor zullen de verschillende doelgroepen minder door elkaar heen lopen en dat zal uiteindelijk leiden tot een betere segmentatie.

Inhoudsopgave

VOORWOORD	I
SAMENVATTING	II
INHOUDSOPGAVE	V
FIGUREN EN TABELLEN.....	VII
FIGUREN.....	VII
TABELLEN.....	VII
HOOFDSTUK 1 – INLEIDING	1
§ 1.1 INLEIDING IN DE WINTERSPORT EN HET ONDERZOEK	2
§ 1.2 PROBLEEM- EN DOELSTELLING	3
§ 1.3 MAATSCHAPPELIJKE EN WETENSCHAPPELIJKE RELEVANTIE.....	3
§ 1.4 LEESWIJZER	4
HOOFDSTUK 2 – THEORETISCH KADER	5
§ 2.1 [WINTER]SPORTVERLEDEN EN SPORTLOOPBAAN	6
§ 2.2 WINTERSPORTVAARDIGHEDEN.....	8
§ 2.3 MOTIEVEN OM TE GAAN [WINTER]SPORTEN	9
§ 2.3.1 Intrinsieke en extrinsieke motieven.....	10
§ 2.4 SOCIAAL KAPITAAL EN HET REISGEZELSCHAP.....	11
§ 2.5 AFHANKELIJKE VARIABELE IN DIT ONDERZOEK	12
§ 2.5.1 Activiteiten tijdens de wintersportvakantie.....	12
§ 2.5.2 Accommodatiekeuze	12
§ 2.6 CONCEPTUEEL MODEL	13
§ 2.6.1 Uitleg bij het conceptueel model.....	14
§ 2.7 ONDERZOEKSVRAGEN N.A.V. HET CONCEPTUEEL MODEL	15
§ 2.8 HYPOTHESEN.....	15
HOOFDSTUK 3 – METHODOLOGIE.....	18
§ 3.1 KWANTITATIEF ONDERZOEK D.M.V. EEN ELEKTRONISCHE ENQUÊTE	19
§ 3.2 OPERATIONALISERING	21
§ 3.2.1 Operationalisering accommodatiekeuze	21
§ 3.2.2 Operationalisering activiteiten tijdens de wintersportvakantie.....	21
§ 3.2.3 Operationalisering achtergrondvariabelen.....	21
§ 3.2.4 Operationalisering wintersportverleden	23
§ 3.2.5 Operationalisering motivatie	24
§ 3.2.6 Operationalisering reisgezelschap	24
§ 3.3 METHODEN VAN ANALYSE.....	25
§ 3.3.1 Algemene beschrijving van de respondenten	25
§ 3.3.2 Methode van analyse hypothese 1	25
§ 3.3.3 Methode van analyse hypothese 2.....	25
§ 3.3.4 Methode van analyse hypothese 3.....	26
§ 3.3.5 Methode van analyse hypothese 4.....	26
§ 3.3.6 Methode van analyse exploratieve gedeelte.....	26
HOOFDSTUK 4 – RESULTATEN	27

§ 4.1 ALGEMENE BESCHRIJVING VAN DE RESPONDENTEN	28
§ 4.1.1 Leeftijd	30
§ 4.1.2 Inkomen	30
§ 4.1.3 Geslacht	31
§ 4.1.4 Maatschappelijke positie	31
§ 4.1.5 Gezinssituatie	31
§ 4.1.6 Opleidingsniveau	32
§ 4.1.7 Opleidingsniveau ouders/opvoeders	33
§ 4.2 TOETSING HYPOTHESE 1	34
§ 4.3 TOETSING HYPOTHESE 2	37
§ 4.3.1 Analyse vaardigheden en beoefeningduur (wintersportverleden)	37
§ 4.3.2 Toetsing hypothese 2.1 en 2.2	42
§ 4.4 TOETSING HYPOTHESE 3	46
§ 4.4.1 Algemene beschrijving van de resultaten van de 28 items	46
§ 4.4.2 Factoranalyse op motieven	47
§ 4.4.3 Toetsing hypothese 3.1 en 3.2	50
§ 4.5 TOETSING HYPOTHESEN 4	59
§ 4.5.1 De invloed van motivatie op de activiteiten die men ontplooit tijdens de wintersportvakantie	60
§ 4.5.2 De invloed van motivatie op de accommodatiekeuze en toetsing hypothese 4.1 en 4.2	68
§ 4.6 TOETSING EXPLORATIEVE ONDERZOEKSVRAAG (5)	71
§ 4.6.1 Analyse het reisgezelschap algemeen	71
§ 4.6.2 Invloed van het reisgezelschap op activiteiten	72
§ 4.6.3 Invloed reisgezelschap op accommodatiekeuze	74
HOOFDSTUK 5 – CONCLUSIES EN DISCUSSIE	77
§ 5.1 ONDERZOEKSVRAGEN EN HYPOTHESEN	78
§ 5.1.1 De invloed van de achtergrondvariabelen op accommodatiekeuze	78
§ 5.1.2 De invloed van de achtergrondvariabelen op het wintersportverleden	79
§ 5.1.3 De invloed van het wintersportverleden op motieven	80
§ 5.1.4 De invloed van motivatie op activiteiten en accommodatiekeuze	81
§ 5.1.5 De invloed van het reisgezelschap op activiteiten en accommodatiekeuze	82
§ 5.2 BEANTWOORDING ALGEMENE ONDERZOEKSVRAAG	83
§ 5.3 ONDERZOEKSDOEL, REFLECTIE EN AANBEVELINGEN	84
LITERATUURLIJST	86
LITERATUURLIJST	87
GERAADPLEEGDE WEBSITES	88
BIJLAGE	89

Figuren en tabellen

Figuren

FIGUUR 2.1 – CONCEPTUEEL MODEL	13
--------------------------------------	----

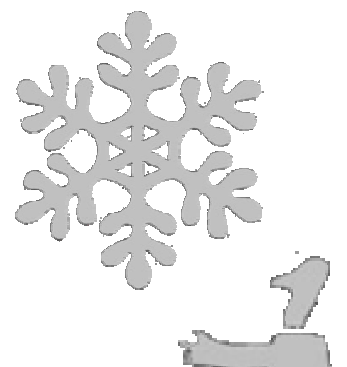
Tabellen

TABEL 3.1 – GEOPERATIONALISEERDE BEGRIPPEN IN DE ENQUÊTE → ACHTERGRONDKENMERKEN	22
TABEL 3.2 – GEOPERATIONALISEERDE BEGRIPPEN IN DE ENQUÊTE → WINTERSPORTVERLEDEN	23
TABEL 4.1 – SAMENVATTING KRUISTABELLEN ACHTERGRONDVARIABLEN * ACCOMMODATIEKEUZE	29
TABEL 4.2 – LOGISTISCHE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE DE ACCOMMODATIEKEUZE	35
TABEL 4.3 – MODEL 2: LOGISTISCHE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE ACCOMMODATIEKEUZE	36
TABEL 4.4 – SAMENVATTING KRUISTABELLEN SKI- EN SNOWBOARDVAARDIGHEDEN * TYPE PISTE	38
TABEL 4.5 – SAMENVATTING KRUISTABELLEN SKI- EN SNOWBOARDVAARDIGHEDEN * TYPE PISTE	39
TABEL 4.6 – SAMENVATTING KRUISTABELLEN TYPE PISTE * VAARDIGHEDEN	40
TABEL 4.7 – LABELS EN SCORES ‘WINTERSPORTVERLEDEN’	42
TABEL 4.8 – MODEL 1: LINEAIRE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE WINTERSPORTVERLEDEN VOOR ALLEEN SKIËRS	43
TABEL 4.9 – MODEL 2: LINEAIRE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE WINTERSPORTVERLEDEN VOOR ALLEEN SKIËRS	44
TABEL 4.10 – MODEL 1: LINEAIRE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE WINTERSPORTVERLEDEN VOOR ALLEEN SNOWBOARDERS	44
TABEL 4.11 – MODEL 2: LINEAIRE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE WINTERSPORTVERLEDEN VOOR ALLEEN SNOWBOARDERS	45

TABEL 4.12 – (GEDWONGEN) FACTORANALYSE MET VARIMAX ROTATIE VAN MOTIEVEN.....	49
TABEL 4.13 –MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 1 (APRÈS–SKIËRS)	51
TABEL 4.14 –MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 1 (APRÈS–SKIËRS)	52
TABEL 4.15 – MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 2 (GEBIEDSLIEFHEBBERS) ...	53
TABEL 4.16 – MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 2 (GEBIEDSLIEFHEBBERS) ...	54
TABEL 4.17 – MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 3 (ACC. LIEFHEBBERS)	55
TABEL 4.18 – MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 3 (ACC. LIEFHEBBERS)	55
TABEL 4.19 – MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 4 (INTRINSIEK)	56
TABEL 4.20 – MULTIPLE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE BARTLETT 4 (INTRINSIEK)	57
TABEL 4.21 – MODEL 1: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE DISCOTHEEKBEZOEK.....	61
TABEL 4.22 – MODEL 2: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE DISCOTHEEKBEZOEK VOOR SKIËRS.....	62
TABEL 4.23 –MODEL 3: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE DISCOTHEEKBEZOEK VOOR SNOWBOARD.....	63
TABEL 4.24 – SAMENVATTING MODEL 1: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE APRÈS–SKI.....	64
TABEL 4.25 – SAMENVATTING MODEL 2: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE APRÈS–SKI VOOR SKIËRS.....	64
TABEL 4.26 – SAMENVATTING MODEL 3: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE APRÈS–SKI VOOR SNOWBOARD.....	65
TABEL 4.27 – MODEL 1: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE IN DE ACCOMMODATIE GEZELLIG SAMEN ZIJN DE GEHELE AVOND.....	66
TABEL 4.28 – MODEL 2: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE IN DE ACCOMMODATIE GEZELLIG SAMEN ZIJN DE GEHELE AVOND VOOR SKIËRS.....	67
TABEL 4.29 – MODEL 3: LINEAIRE REGRESSIE ANALYSE MET AFHANKELIJKE VARIABELE IN DE ACCOMMODATIE GEZELLIG SAMEN ZIJN DE GEHELE AVOND VOOR SNOWBOARD.....	68
TABEL 4.30 – MODEL 1: LOGISTISCHE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE ACCOMMODATIEKEUZE.....	69

TABEL 4.31 –MODEL 2: LOGISTISCHE REGRESSIE MET AFHANKELIJKE VARIABELE ACCOMMODATIEKEUZE VOOR ALLEEN SKIËRS	69
TABEL 4.32 – SAMENVATTING KRUISTABELLEN REISGEZELCHAP * ACCOMMODATIEKEUZE.....	74

Hoofdstuk 1 – Inleiding



1] Hoofdstuk 1 – Inleiding

In dit eerste hoofdstuk wordt in het kort de markt beschreven waarover dit onderzoek gaat, alsmede wordt er een kader geschetst waarbinnen dit onderzoek heeft plaatsgevonden (§ 1.1). Dit heeft geleid tot de probleem- en doelstelling van dit onderzoek, welke omschreven worden in § 1.2 (Probleem- en doelstelling). Vervolgens wordt de maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie toegelicht (§ 1.3). In de laatste paragraaf (§ 1.4) wordt een korte leeswijzer gepresenteerd van de komende hoofdstukken.

§ 1.1 Inleiding in de wintersport en het onderzoek

Afgelopen winter(sport)seizoen (2004/2005) zijn er meer dan één miljoen Nederlanders op wintersportvakantie¹ geweest. Sinds een aantal jaren kent de wintersportbranche een stijging in het aantal reizigers, zowel naar bestemmingen binnen als buiten Europa. De voornaamste bestemmingen zijn Oostenrijk (marktaandeel 51%) en Frankrijk (marktaandeel 31%). Voor wat betreft georganiseerde vakanties loopt Frankrijk voorop met 84% van het totaal aantal wintersporters uit Nederland, op directe voet gevolgd door Oostenrijk (49%). Het totaal aantal wintersportvakanties vertegenwoordigt 12% van het totaal aantal vakanties doorgebracht in het winterseizoen van 2004/2005. Dit is bijna een kwart van alle buitenlandse vakanties in deze periode (ANVR², 2005; www.statline.nl; www.wintersporters.nl).

Sportura Travel is één van de vele touroperator/reisorganisatoren die zich o.a. op de wintersportmarkt richt. Sportura Travel probeert door middel van verschillende merknamen, te weten Sportura Reizen en Chalet Travel, verschillende markten en doelgroepen aan te spreken voor wat betreft de wintersport markt.

Sportura Reizen kenmerkt zich door de volgende bedrijfsmissie: *”Sportura Reizen is een reisorganisatie gericht op jongeren, studenten en jong werkenden in de leeftijd van 18 tot 35 jaar. De (bedrijfs)missie is het aanbieden van kwalitatieve en betaalbare reizen die een combinatie vormen van sport, avontuur en ambiance. [...] Sportura heeft het product Chalet Travel voor de oudere doelgroep gelanceerd die meer luxe en comfort zoeken. Chalet Travel heeft een breed assortiment aan chalets in verschillende categorieën.”* (Bron: www.sportura.nl).

Sportura Travel, de moedermaatschappij van Sportura Reizen en Chalet Travel, heeft een segmentatiestrategie gekozen op basis van de achtergrondkenmerken van de wintersporter, in het bijzonder leeftijd en inkomen, zoals impliciet vermeld staat in de voorgenoemde (bedrijfs)missie. Het is de persoonlijke mening van de schrijver van dit stuk dat deze segmentatiestrategie niet werkt. Een persoonlijke impressie is dat met name de beoogde doelgroep van Sportura Reizen, veelvuldig kiest voor Chalet Travel. Hiernaar is binnen de organisatie nooit onderzoek gedaan om deze observatie te bevestigen of te verwerpen.

¹ Wintersport is volgens de Dikke Van Dale: win-ter-sport (de ~): 1 sport die alleen 's winters beoefend kan worden, zoals schaatsen, skiën enz. 2 vakantiereis naar een plaats waar men kan skiën => *wintersportvakantie* (Bron: ww.vandale.nl), maar er zijn naast de voorbeelden die Van Dale noemt meerdere vormen mogelijk waarvan de meest bekende skiën, snowboarden en langlaufen zijn.

² ANVR: Algemeen Nederlands Verbond van Reisonderningen (www.anvr.nl)

Dit vormt dan ook één van de hoofdvragen van dit onderzoek. In dit onderzoek wordt verondersteld dat er naast inkomen en leeftijd andere factoren van invloed zijn op de wintersportkeuze. In hoofdstuk 2 (Theoretisch kader) komen andere beïnvloedende factoren naar voren vanuit de literatuur. Daarbij kan gedacht worden aan de invloed van wintersportverleden, motivatie en reisgezelschap. Een uitgebreide beschrijving en operationalisering van deze concepten treft u aan in de hoofdstukken 2 (Theoretisch kader) en 3 (Methodologie).

§ 1.2 Probleem- en Doelstelling

In de vorige paragraaf is impliciet gesproken over de probleemstelling van dit onderzoek. De probleemstelling die gehanteerd wordt in dit onderzoek luidt als volgt: *“In hoeverre zijn leeftijd en inkomen verklarende factoren voor de accommodatiekeuze en de activiteiten die reizigers van Sportura Travel tijdens de wintersportvakantie ontplooiën Sportura Travel en kunnen eventueel andere factoren zoals wintersportverleden, motieven en reisgezelschap leiden tot een betere verklaring van die keuze en activiteiten?”* In het volgende hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de probleemstelling.

De doelstelling die uit de probleemstelling voortvloeit met betrekking tot dit onderzoek luidt als volgt: *“Inzicht verkrijgen in de factoren die van invloed zijn op de accommodatiekeuze en de activiteiten die reizigers van Sportura Travel tijdens de wintersportvakantie ontplooiën, teneinde vraag en aanbod beter op elkaar aan te laten sluiten”*.

§ 1.3 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

De resultaten van dit onderzoek moeten leiden tot een betere aansluiting van het product Sportura Reizen en Chalet Travel bij de markt, en wellicht leiden tot een betere informatievoorziening vooraf. Hier zijn, naast de huidige clientèle van Sportura Reizen en Chalet Travel, ook potentiële klanten, ‘hot prospects’ en wintersporters in het algemeen bij gebaat omdat ook zij hiervan kunnen profiteren. Ook andere aanbieders van toeristischrecreatieve producten in het algemeen en wintersportproducten in het bijzonder zijn hierbij gebaat, omdat de resultaten eventueel te plaatsen zijn in een breder kader dan waarin dit onderzoek plaatsvindt.

De wetenschappelijke relevantie van dit onderwerp is evident; wintersporten is immers een groeiende vorm van vakantie en vermaak, zo is gebleken uit onder andere de cijfers van het CBS³ en de ANVR, zie § 1.1 (Inleiding in de wintersport en het onderzoek). Inzicht verkrijgen in deze groep ‘vakantievierders’ is altijd welkom voor zowel de wetenschap als aanbieders van wintersportvakanties in het algemeen en Sportura Travel in het bijzonder, omdat dit onderzoek onder juist hun clientèle is gehouden. Daarnaast is onderzoek onder wintersporters tot op heden nog weinig uitgevoerd in Nederland, naast kerncijfers en

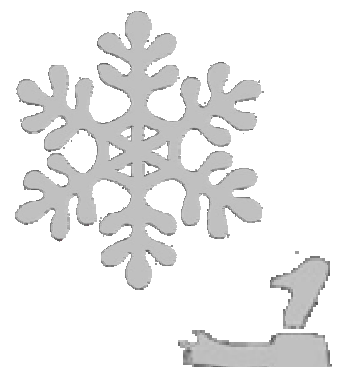
³ CBS: Centraal Bureau voor de Statistiek (www.cbs.nl)

trendonderzoek van het CBS. De resultaten van dit onderzoek vormen een aanvulling, waarbij specifiek gekeken wordt naar de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersport ontplooit.

§ 1.4 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk, hoofdstuk 2 (Theoretisch kader), worden enkele van de in dit hoofdstuk genoemde concepten verder uitgewerkt en uitgelegd alsmede de probleem- en doelstelling verder toegelicht. Het theoretische model, dat als basis fungeert voor het gehele onderzoek, zal gepresenteerd worden. In het hoofdstuk wat daarop volgt, hoofdstuk 3 (Methodologie), worden de concepten geoperationaliseerd en wordt aangegeven welke methoden en technieken van onderzoek gebruikt gaan worden. In hoofdstuk 4 (Resultaten) treft u de resultaten aan van dit onderzoek. In het laatste hoofdstuk, hoofdstuk 5 (Conclusies en discussie), worden conclusies getrokken aan de hand van de resultaten.

Hoofdstuk 2 – Theoretisch kader



2] Hoofdstuk 2 – Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader beschreven dat heeft gediend als basis voor dit onderzoek. In paragraaf § 2.1 tot en met § 2.4 worden de concepten besproken die hiertoe hebben gediend. In § 2.5 worden de afhankelijke variabelen nader toegelicht en beschreven waarop de onafhankelijke variabelen invloed hebben. In § 2.6 wordt het conceptueel model gepresenteerd en eveneens toegelicht en uitgelegd. De onderzoeksvragen en hypothesen die daaruit voortvloeien worden gepresenteerd in § 2.7 (Onderzoeksvragen) en § 2.8 (Hypothesen).

§ 2.1 [Winter]sportverleden en sportloopbaan

In deze paragraaf wordt geprobeerd het sportverleden of de sportloopbaan, die wordt besproken in de algemene sportliteratuur, te koppelen aan wintersporten. Het sportverleden of de sportloopbaan is van toepassing op sporters in het algemeen en beschrijft het (algemene) sportgedrag van mensen, of van individuen, gedurende de levensloop (Giljam, 1986; Rijpma & Leijs, 1998; Elling, 2005). Sportgedrag uit het verleden heeft invloed op het sportgedrag in het heden en in de toekomst. Het wintersportgedrag uit het verleden wordt in dit onderzoek gebruikt om het huidige wintersportgedrag en met name de accommodatiekeuze en de activiteiten die men ontplooid tijdens de wintersportvakantie te verklaren, zie conceptueel model (figuur 2.1). Giljam (1986) spreekt over de ‘*sportloopbaan*’ en definieert dit als: “*Het sportgedrag van individuen gedurende het leven.*” (p.25). Giljam beziet het sportverleden of sportloopbaan als een carrière en plaatst deze in het perspectief van de levensloop om te komen tot een verklaring van verschillen in sportgedrag tussen de verschillende levensfasen. De levensfase waarin men verkeert, is van invloed op het sportieve gedrag van de mens (ibid.). Coakley & Donnely in Elling (2005a), onderschrijven deze bevinding en onderscheiden in de sportloopbaan een vijftal verschillende fasen, namelijk:

- Introductiefase (6-10 jaar),
- Vormende fase (puberteit),
- Prestatieve/intensieve periode (20-35 jaar),
- Recreatieve sportinvulling en
- Intensivering van sportdeelname.

In de ‘*introductiefase*’ worden kinderen geïntroduceerd in sport(en) en de beoefening daarvan. Dit gebeurt vaak door de invloed van ouders, vrienden en school. Deze (externe) factoren bepalen of beïnvloeden dan ook voor een belangrijk deel het sportgedrag. Later volgt de ‘*vormende fase*’, die zich met name kenmerkt door sportintensivering of –afname, gevolgd door de ‘*prestatieve/intensieve periode*’. Na de ‘*intensieve periode*’ neemt het sporten af onder invloed van veranderende prioriteiten zoals werk en gezin.

In de laatste twee genoemde fasen vindt een toename plaats in het sportgedrag naar mate de zorg voor kinderen afneemt, door bijvoorbeeld '*huisverlaters*', en de afname van arbeidstijd.

Uit onderzoek met betrekking tot het sportverleden of de sportloopbaan toegepast op wintersportbeoefenaren blijkt, evenals uit de algemene sportliteratuur, dat de levensfase waarin men verkeerd én de geschiedenis die men met (winter)sporten heeft, invloed heeft op de (toekomstige) beoefening van wintersporten (Gilbert & Hudson, 2000). De genoemde fasen van Coakley & Donnelly in Elling (2005a) vertonen overlap met de sportloopbaan zoals Gilbert & Hudson (2000), deze beschrijven. In dit onderzoek worden de hiervoor genoemde fasen niet getoetst of direct toegepast, maar er wordt slechts in dit hoofdstuk aangegeven dát er overlap bestaat tussen de algemene sportliteratuur en onderzoek met betrekking tot wintersporters.

De hiervoor genoemde fasen volgen elkaar op tijdens het leven van het individu en vormen een, zoals Elling (2005a) dat noemt, '*normaalcurve*' gedurende het leven. Hoewel in het artikel van Elling de fasen met name gelden voor wedstrijdssporters in verenigingsverband, lijken de fasen toch toepasbaar op wintersporters zoals eerder opgemerkt, hoewel sportloopbanen van individuen grote onderlinge verschillen laten zien. Wintersporters kunnen namelijk ook op latere leeftijd beginnen aan de sport, bijvoorbeeld pas tijdens de studententijd of nadat men besluit zelfstandig op (wintersport)vakantie te gaan, zonder ouders, maar met bijvoorbeeld vrienden en studiegenoten. Het kan voorkomen dat iemand zonder wintersportverleden onder invloed van zijn of haar sociaal kapitaal (het reisgezelschap) besluit om toch op wintersportvakantie te gaan (zie § 2.4 Sociaal kapitaal en het reisgezelschap). Dat voor wintersporters de voorgenoemde normaalcurve niet helemaal van toepassing is, blijkt wel uit de leeftijdscurve die enigszins linkscheef is (zie bijlage 1 Grafiek 1: Wintersporters naar leeftijd). Veel wintersporters beginnen hun 'wintersport carrière' pas op latere leeftijd. De reden dat men begint met wintersporten hangt af van de door de sporter gevoelde motieven om op wintersport te gaan. Motieven voor de wintersporter om te gaan wintersporten zijn legio. Williams & Fidgeon (2000) noemen in dat verband als hoofdredenen dat wintersporten 'fun' is. Men deelt verschillende ervaringen met familie, vrienden en bekenden, herbeleeft deze ervaringen en tevens participeert men in de après-ski. Daarnaast put men motivatie uit het feit dat men zijn of haar wintersportvaardigheden verbetert. De wintersportvakantie is namelijk dé gelegenheid om zijn of haar 'kunsten' te laten zien. Ook kan men genieten van de bergachtige omgeving. Voor anderen geeft de wintersport een 'entree' tot de enigszins elitaire succesvolle groep van individuen, maar voor de meerderheid vormt de wintersportvakantie een gelegenheid om de dagelijkse beslommingen te vergeten (Williams & Fidgeon, 2000).

Het (winter)sportgedrag van mensen en de wensen, voorkeuren of motieven, die daaraan ten grondslag liggen, zijn niet als een losstaand, feitelijk gegeven te beschouwen. Het is vaak het resultaat van allerlei op elkaar inwerkende factoren uit heden, verleden en toekomst.

Richards (1996) heeft onderzoek gedaan naar de motieven van wintersporters om op wintersportvakantie te gaan. Zijn invalshoek was 'in hoeverre bepaald het individuele vaardigheidsniveau de motivatie om op wintersport te gaan?'. Hij spreekt in zijn stuk over '*skilled consumption*'. Volgens Richards is een bepaalde mate van vaardigheden nodig om überhaupt te kunnen wintersporten, respectievelijk op wintersportvakantie te gaan. Nadat men eenmaal op wintersport gaat vormt het niveau waarop men wintersport, of de mate van vaardigheden die men bezit, een goede graadmeter voor de keuzes die men maakt met betrekking tot de wintersportvakantie. Zo bepaalt het wintersportniveau de moeilijkheidsgraad van het gekozen gebied en het land. Daarnaast heeft Richards gevonden dat de mate van vaardigheden ook invloed heeft op het uitgegeven budget voor de wintersportvakantie. In de volgende paragraaf (§ 2.2) wordt er dieper ingegaan op dit onderwerp.

Samenvattend kan gesteld worden dat het sportgedrag in het verleden (sportverleden), heden (sportdeelname) en in de toekomst (sportloopbaan) wordt dus volgens de algemene sportliteratuur voor een belangrijk deel bepaald door factoren zoals familie, vrienden, school, werk, zorgverplichtingen, persoonlijke fysieke gesteldheid, de toename in vrije tijd, toename van belangstelling voor sport, inkomsten en (sport)faciliteiten in de directe omgeving (o.a. Giljam, 1986; Gilbert & Hudson, 2000). Bij de beoefening van wintersporten is aangetoond dat de vaardigheden die zijn opgedaan in het verleden en daarom onderdeel van het (winter)sportverleden en dit verleden heeft zijn weerslag in het (toekomstig) gedrag (Richards, 1996). Dit zal uitgebreid worden toegelicht in paragraaf § 2.2 (Wintersport vaardigheden).

§ 2.2 Wintersportvaardigheden

Toeristen in het algemeen, sporters en wintersporters in het bijzonder, zijn volgens Gratton in Richards (1996) '*stimulation-seeking*'. "*Stimulation-seeking is the motivator behind many if not most leisure demands, and is certainly an important motivation for participation in tourism.*" (Gratton in Richards, 1996, p.26). Richards (1996) noemt in dat verband drie soorten van consumptie met betrekking tot vrijetijdsactiviteiten, te weten: '*unskilled*', '*low-skill*' en '*high-skill*' activiteiten. Richards (1996) maakt een onderverdeling van toeristische consumptie aan de hand van de vaardigheden die benodigd zijn én die men bezit om überhaupt te kunnen consumeren. De hiervoor genoemde low-skill activiteiten zijn vrijetijdsactiviteiten waar weinig tot geen vaardigheden voor benodigd zijn. Hierbij kan gedacht worden aan (vrijetijd)activiteiten zoals strandvakanties, funshoppen, pretparkbezoek, etc. Deze activiteiten kunnen stimulerend zijn wanneer men deze activiteiten voor het eerst onderneemt, maar deze activiteiten kunnen snel 'saaï' worden wanneer men ze vaker dan eens onderneemt. Het is daarom belangrijk voor toeristische bestemming(en), ondernemers en exploitanten om hun product regelmatig aan te passen en te vernieuwen.

⁴ Stimulate (inf.) is volgens de Dikke Van Dale (Hempelman en Osselton (red.), 2003): stimulate [stimjoeleet] stimuleren, opwekken: ~s.o. (in) to more efforts iemand tot meer inspanningen aanmoedigen.

Seeking is volgens de Dikke Van Dale (Hempelman en Osselton, 2003): Seek [sie:k] [...] nastreven, proberen te bereiken. Vrij vertaald is 'stimulation-seeking' iemand die stimulansen probeert op te zoeken, of na te streven.

Dit om stimulerend te blijven (Richards, 1996). Richards noemt deze activiteiten in één adem met 'unskilled' activiteiten.

Andere activiteiten bieden de consument een mogelijkheid om nieuwe vaardigheden, te ontwikkelen. Daardoor blijven deze activiteiten stimuleren. Richards (1996) spreekt over 'high-skill' activiteiten. Bij het ondernemen van deze (vrijtijd)activiteiten zijn bepaalde vaardigheden vereist. Als het gaat om vaardigheden bij toeristische vrijetijdsactiviteiten, kan gedacht worden aan vreemde talen, cultuur en sportieve vaardigheden (Richards, 1996). Dit laatste is met name interessant voor de consumptie van wintersportvakanties. Naarmate de vaardigheden van de activiteit, bijvoorbeeld het kunnen skiën of snowboarden toenemen, neemt ook de motivatie toe. Een opwaartse spiraal wordt dan gevormd tussen vaardigheden en motivatie. In dit geval versterkt het aantal keer dat men in het verleden op wintersportvakantie is geweest en de wintersportvaardigheden elkaar. Richards zegt hierover: *"where activities require a high level of skill or give opportunities to learn new skills, participants continue to search for stimulation through repeated experiences as new challenges emerge and skill levels rise."* (Richards, 1996, p.25). Dit is ook wat Richards (1996) onderzocht heeft, zie § 2.1 (Wintersportvaardigheden en sportloopbaan).

Één van Richards belangrijkste uitkomsten met betrekking tot de Engelse skimarkt waar Richards onderzoek naar heeft gedaan, is dat beginners of middelmatige wintersporters met een grotere waarschijnlijkheid juist die landen bezoeken die minder ingewikkelde skifaciliteiten bezitten, bijvoorbeeld makkelijke pistes en gebieden en landen die over het algemeen goedkoper zijn. Een andere bevinding van Richards (1996) is dat de wintersporters uit lagere sociale klassen minder vaardigheden hebben dan de wintersporters uit de hogere sociale klassen. Richards wijt dit aan het wintersportverleden.

Aan de hand van de bevindingen van Richards kan worden verondersteld dat een wintersportbeoefenaar die vaker op wintersportvakantie is geweest en daarmee betere wintersportvaardigheden bezit ten opzichte van een wintersporter die minder vaak op wintersportvakantie is geweest andere motieven heeft om te gaan wintersporten. Deze motieven worden besproken in de volgende paragraaf § 2.3 (Motieven om te gaan (winter)sporten).

§ 2.3 Motieven om te gaan [winter]sporten

Mensen, of individuen, hebben verschillende motieven om aan sportbeoefening te gaan doen. Zoals ook uit het voorgaande blijkt, geldt dat ook voor wintersport en wintersporters. In de nu volgende paragraaf worden verschillende (algemene) motieven om te gaan sporten uiteengezet en besproken en wordt er getracht deze te plaatsen in het 'wintersport' perspectief. Eerst zal er gesproken worden over het werk van o.a. Giljam (1986) die onderzoek heeft gedaan naar motieven om te gaan sporten. Deze onderzoeksuitkomsten zijn toegepast op wedstrijdssporters in verenigingsverband. Echter, in dit onderzoek wordt geprobeerd deze theorieën toe te passen op de motieven van wintersporters.

§ 2.3.1 Intrinsieke en extrinsieke motieven

Giljam (1986) maakt een onderverdeling tussen twee categorieën motieven om aan sportbeoefening te doen namelijk: intrinsieke en extrinsieke motieven. Intrinsieke motieven zijn motieven, om aan sportbeoefening te doen vanuit de sportbeoefenaar zelf: 'het sporten om het sporten', zonder invloed van buitenaf. *"We spreken over intrinsieke motivatie als het doel van een activiteit gelegen is in de activiteit zelf. Men is gemotiveerd door de activiteit zelf. Voor de intrinsiek gemotiveerde is het uitvoeren van de [...]activiteit zelf reeds lonend."* (www.kuleuven.ac.be). Wintersportbeoefenaren die met name intrinsiek gemotiveerd zijn zullen puur op wintersportvakantie gaan voor de sport zelf. In deze redenering ligt het voor de hand dat deze groep wintersportbeoefenaren nauwelijks eisen stellen met betrekking tot de accommodatie en après-ski. Deze groep wintersporters zal dus eerder kiezen voor Sportura Reizen dan voor Chalet Travel.

Ook wordt er gesproken over 'extrinsieke motieven'. Deze motieven zijn weliswaar van binnenuit, maar gericht op buiten de sportieve elementen gelegen motieven; bijvoorbeeld sociale motieven (Elling 2005a). Meest tot de verbeelding spreekt bij wintersport bijvoorbeeld de après-ski of het 'gezellig samen zijn met familie en vrienden' tijdens de wintersportvakantie. Men spreekt over extrinsieke (sport)motivatie als sporters, of sportbeoefenaars sporten, *"omdat van deze activiteit wordt verwacht dat ze leiden tot een aantal positief ingeschatte gevolgen die niet inherent verbonden zijn aan de sport zelf"* (www.kuleuven.ac.be).

Wintersporters die overwegend extrinsiek gemotiveerd zijn stellen dus minder eisen aan het (winter)sporten zelf, maar meer aan bijvoorbeeld de 'gezelligheid' daaromheen, bijvoorbeeld de après-ski. Deze groep wintersporters zal dus eerder kiezen voor de après-ski en meer eisen stellen aan de accommodatie. In de lijn der verwachting ligt dan ook dat deze groep wintersporters eerder zal kiezen voor Chalet Travel en die gebieden waar meer après-ski faciliteiten aanwezig zijn.

Veelal bestaan er echter 'mengvormen' en zijn mensen zowel ten dele intrinsiek als extrinsiek gemotiveerd met betrekking tot sportdeelname (Giljam, 1986; Rijpma & Leijns, 1998). *"Samen met de intrinsieke motivatie vormt de extrinsieke de totale motivatie voor een bepaalde taak* (in de context van dit onderzoek sport of sportmotivatie, RJV). *Dit samengaan moet niet beschouwd worden als een optelsom. Er is een zekere wisselwerking tussen beide vormen van motivatie."* (www.kuleuven.ac.be). Dit geldt ook voor wintersport. Iemand die zowel intrinsiek als extrinsiek gemotiveerd is, zal voor zijn of haar specifieke wintersportkeuze (Sportura Reizen/Chalet Travel en de activiteiten die men tijdens zijn/haar wintersportvakantie ontplooit) beïnvloed worden door het reisgezelschap. Wanneer het reisgezelschap met name extrinsiek gemotiveerd is, zal dit waarschijnlijk van invloed zijn op de motivatie van de individuele wintersporter. De invloed van het reisgezelschap op de (intrinsieke en extrinsieke) motivatie is verder uitgewerkt in paragraaf § 2.4 (Sociaal kapitaal en het reisgezelschap). De invloed van het type motivatie op het reisgezelschap wordt in dit onderzoek echter niet onderzocht.

§ 2.4 Sociaal kapitaal en het reisgezelschap

Voor wat betreft wintersport kan de samenstelling van het reisgezelschap variëren van ouders (met kinderen), vriendenclubs, studenten of studieverenigingen etc. Al deze voorbeelden zijn onderdeel van het sociaal kapitaal dat iemand 'bezit'. Het sociaal kapitaal beïnvloedt de motivatie(s) om te gaan sporten. De motivatie(s) kunnen uiteenlopend van aard zijn, zowel intrinsiek als extrinsiek. Door het 'sociaal kapitaal' dat iemand bezit kan men een verbondenheid krijgen met de sport die men beoefent.

Het sociaal kapitaal behelst het totaal van contacten en netwerken, al dan niet formeel of informeel gestructureerd, van een individu (Elling, 2005b). Het verbindt mensen met elkaar en wordt door Bourdieu gezien als het geheel aan banden die mensen met elkaar onderhouden en opvattingen over wederkerigheid en onderling vertrouwen (reciprociteit) (Putnam, 2000; Breedveld, 2003; TAQT, 2006). De Hart in Breedveld (2003) spreekt over het *'coöperatief vermogen'*. *"Voor Bourdieu is sociaal kapitaal, grofweg de netwerken waarin men verkeert en de relaties waar men een beroep op kan doen, primair een hulpbron, naast het economische kapitaal (eigendom, bezit) en het culturele kapitaal (opvoeding, opleiding) dat men bezit."* (Breedveld, 2003, p. 252).

Sociaal kapitaal heeft zowel een individuele als een collectieve component omdat sociaal kapitaal tevens refereert naar de sociale netwerken rondom het individu (Putnam, 2000). Het sociale kapitaal van een individu wordt door Putnam (2000), evenals door Bourdieu, gezien als bindingsmiddel tussen mensen.

Zoals eerder gesteld is het reisgezelschap onderdeel van het sociaal kapitaal wat een individu bezit. Over de samenstelling van het reisgezelschap waarmee men op wintersportvakantie gaat is weinig bekend. Uit de gegevens van het CBS (www.statline.nl) blijkt dat meer dan de helft, ongeveer 70% over de periode van 1992 tot 2001 van het aantal wintersporters, met meerdere leden uit verschillende huishoudens de wintersportreis aanvaardt (zie bijlage 2 (Staafdiagram 1: Samenstelling reisgezelschap)). Bijna 28% gaat met leden uit het eigen huishouden op wintersport en slechts 2% gaat individueel.

Dat het reisgezelschap invloed kan hebben op een individuele wintersportbeoefenaar is hiervoor beschreven. Een individu kan door het reisgezelschap voor een ander type wintersportvakantie kiezen dan dat hij of zij voorheen gewend was. Een wintersportbeoefenaar die met name intrinsiek gemotiveerd is, kan door de externe invloed van het reisgezelschap zijn of haar keuze aanpassen qua wintersportkeuze en op basis daarvan aangepaste keuzes maken. De nadruk van de wintersportvakantie zal dan niet sec op het (winter)sporten liggen, maar op bijvoorbeeld op andere activiteiten die tijdens de wintersportvakantie ondernomen worden, zoals après-ski. Hierbij beïnvloedt het reisgezelschap dus de intrinsieke en extrinsieke motivatie van een individuele wintersportbeoefenaar en de uiteindelijke activiteiten die men ter plaatse ontplooit. Binnen het kader van dit onderzoek wordt de eerst genoemde invloed (motivatie op reisgezelschap) niet onderzocht, maar wel verondersteld, en deze invloed is daarom ook niet in het conceptueel model (figuur 2.1) opgenomen. Daarnaast heeft het reisgezelschap ook ogenschijnlijk een directe invloed op de wintersportkeuze. Deze laatste invloed (reisgezelschap op wintersportkeuze) is wel in het

conceptueel model opgenomen. Wintersporters of wintersportbeoefenaren aanvaarden de wintersportreis met name in groepsverband, zoals uit de gegevens van het CBS (2006) blijkt en niet iedereen heeft evenveel 'stem' als het gaat om de wintersportkeuze.

Naast het sociaal kapitaal heeft Bourdieu (1991) het ook over het zogenaamd 'fysiek kapitaal'. Bourdieu bedoelt hiermee de lichamelijke gesteldheid, de beperkingen en de mogelijkheden betreffende een individu. Ook het fysiek kapitaal heeft invloed op de keuze voor wél of geen wintersport en op de wintersportkeuze (Sportura Reizen/Chalet Travel en de activiteiten die men ter plaatse ontplooit). Dit is ook precies waar de theorieën over kapitaalsoorten van o.a. Bourdieu en de theorie die Richards (1996) elkaar overlappen, zie § 2.2 (Wintersportvaardigheden). Dit zou ook kunnen verklaren waarom slechts een klein percentage senioren, dus 65-plussers, participeert in de wintersport (zie bijlage 1 (Grafiek 1: Wintersporters naar leeftijd)).

§ 2.5 Afhankelijke variabele in dit onderzoek

In de voorgaande paragrafen zijn concepten besproken die als de onafhankelijke variabelen opgenomen zijn in het conceptueel model (figuur 2.1) en hebben gediend als leidraad voor dit onderzoek. De afhankelijke variabelen zijn impliciet in de tekst genoemd. In de nu volgende twee (sub)paragrafen worden deze, ter verduidelijking, uitgelicht en nader besproken.

§ 2.5.1 Activiteiten tijdens de wintersportvakantie

Zoals reeds besproken hebben het wintersportverleden, de motieven en het reisgezelschap invloed op de keuzes die wintersporters maken met betrekking tot de wintersportvakantie (o.a. Richards, 1996). In dit onderzoek wordt bekeken of deze gevonden resultaten ook hun weerslag hebben op de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit. In hoofdstuk 3 (Methodologie) treft u de operationalisering aan van deze variabele.

§ 2.5.2 Accommodatiekeuze

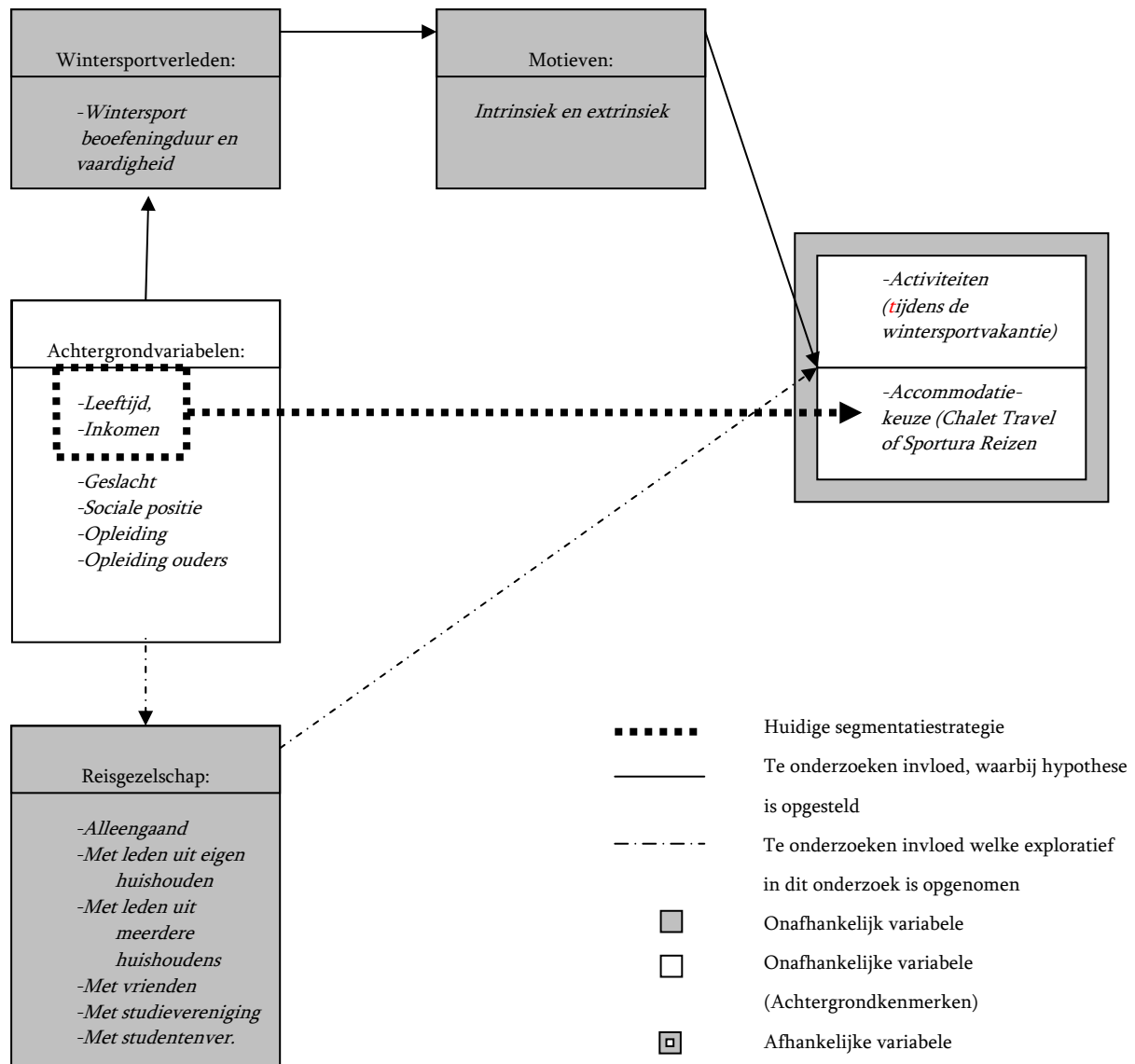
De tweede, maar zeker niet onbelangrijke, afhankelijke variabele opgenomen in dit onderzoek is de accommodatiekeuze. Ook hierbij wordt verondersteld dat de hiervoor besproken concepten invloed hebben op deze variabele. In het kader van dit onderzoek wordt slechts bekeken of de onafhankelijke variabelen enige mate van (significante) verschillen kunnen verklaren. Respectievelijk worden in dit onderzoek de verschillen bekeken tussen Chalet Travel en Sportura Reizen, zie 'probleemstelling' (Hoofdstuk 1). Ook van deze variabele treft u in het volgende hoofdstuk (Hoofdstuk 3) de operationalisering aan.

In de volgende paragraaf § 2.5 (Conceptueel model) zullen alle hiervoor beschreven concepten, en de invloeden onderling, schematisch weergegeven worden. Daarna worden de onderzoeksvragen en de operationalisering daarvan gepresenteerd.

§ 2.6 Conceptueel model

In de voorgaande paragrafen zijn de centrale begrippen uitgewerkt en besproken, wat heeft geleid tot het onderstaand conceptueel model.

Figuur 2.1
Conceptueel model



§ 2.6.1 Uitleg bij het conceptueel model

Het verband dat van de achtergrondvariabelen 'leeftijd' en 'inkomen' direct richting de accommodatiekeuze verloopt, is de segmentatiestrategie zoals Sportura Travel die nu hanteert. Deze wordt weergegeven door een dikke stippellijn. Hiermee wordt verondersteld dat de wintersportkeuze, de keuze tussen respectievelijk Chalet Travel en Sportura Reizen, afhangt van alleen de achtergrondvariabelen leeftijd en inkomen, maar zoals reeds in dit hoofdstuk en hoofdstuk 1 (Inleiding) aangegeven blijkt deze segmentatiestrategie niet 100% sluitend. In dit onderzoek wordt verondersteld dat ook andere factoren de wintersportkeuze beïnvloeden zoals in het model gepresenteerd. Dit zijn sportverleden, motieven en het reisgezelschap, aangegeven in het model in een grijs vlak.

Uit het voorgaande blijkt dat het (winter)sportverleden bestaat uit de wintersport duur (hoe vaak is men in het verleden op wintersportvakantie geweest) en de mate van vaardigheden die een individu bezit. Deze beïnvloeden weer de motieven en uiteindelijk de activiteiten die men ter plaatse ontplooit plus de keuze voor respectievelijk Chalet Travel of Sportura Reizen. Er wordt verondersteld dat een individu met een lang sportverleden en met een hoge mate van vaardigheden, meer intrinsiek gemotiveerd is. Dit mondt uit in de keuze voor Sportura Reizen en niet voor Chalet Travel of de après-ski, dit in tegenstelling tot iemand die extrinsiek gemotiveerd is.

Het reisgezelschap is een onderdeel van het sociaal kapitaal en kan uit verschillende samenstellingen bestaan. Van het reisgezelschap, of de samenstelling daarvan, wordt verondersteld dat deze invloed heeft op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit. Omdat uit de hiervoor besproken literatuur (Theoretisch kader) geen concrete hypothesen af te leiden zijn, is ervoor gekozen deze variabele in de analyse exploratief te onderzoeken. Met betrekking tot het reisgezelschap is wel een onderzoeksvraag opgesteld, welke hieronder staat gepresenteerd samen met alle overige onderzoeksvragen.

§ 2.6.1 Uitleg bij het conceptueel model

Het verband dat van de achtergrondvariabelen 'leeftijd' en 'inkomen' direct richting de accommodatiekeuze verloopt, is de segmentatiestrategie zoals Sportura Travel die nu hanteert. Deze wordt weergegeven door een dikke stippellijn. Hiermee wordt verondersteld dat de wintersportkeuze, de keuze tussen respectievelijk Chalet Travel en Sportura Reizen, afhangt van alleen de achtergrondvariabelen leeftijd en inkomen, maar zoals reeds in dit hoofdstuk en hoofdstuk 1 (Inleiding) aangegeven blijkt deze segmentatiestrategie niet 100% sluitend. In dit onderzoek wordt verondersteld dat ook andere factoren de wintersportkeuze beïnvloeden zoals in het model gepresenteerd. Dit zijn sportverleden, motieven en het reisgezelschap, aangegeven in het model in een grijs vlak.

Uit het voorgaande blijkt dat het (winter)sportverleden bestaat uit de wintersport duur (hoe vaak is men in het verleden op wintersportvakantie geweest) en de mate van vaardigheden die een individu bezit. Deze beïnvloeden weer de motieven en uiteindelijk de activiteiten die men ter plaatse ontplooit plus de keuze voor respectievelijk Chalet Travel of Sportura Reizen. Er wordt verondersteld dat een individu met een lang sportverleden en met een hoge mate van vaardigheden, meer intrinsiek gemotiveerd is. Dit mondt uit in de keuze voor Sportura Reizen en niet voor Chalet Travel of de après-ski, dit in tegenstelling tot iemand die extrinsiek gemotiveerd is.

Het reisgezelschap is een onderdeel van het sociaal kapitaal en kan uit verschillende samenstellingen bestaan. Van het reisgezelschap, of de samenstelling daarvan, wordt verondersteld dat deze invloed heeft op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit. Omdat uit de hiervoor besproken literatuur (Theoretisch kader) geen concrete hypothesen af te leiden zijn, is ervoor gekozen deze variabele in de analyse exploratief te onderzoeken. Met betrekking tot het reisgezelschap is wel een onderzoeksvraag opgesteld, welke hieronder staat gepresenteerd samen met alle overige onderzoeksvragen.

§ 2.7 Onderzoeksvragen n.a.v. het conceptueel model

Op basis van het conceptueel model, in de tekst ook wel 'onderzoeksmodel' genoemd, zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:

- Onderzoeksvraag 1: Is er een directe invloed van het inkomen en de leeftijd op de accommodatiekeuze, voor respectievelijk Sportura Reizen c.q. Chalet Travel?
- Onderzoeksvraag 2: Wat is de invloed van de achtergrondvariabelen op het wintersportverleden?
- Onderzoeksvraag 3: Wat is de invloed van het wintersportverleden op motieven?
- Onderzoeksvraag 4: Is het type motivatie, respectievelijk intrinsieke en extrinsieke motivatie, van invloed op de accommodatiekeuze en de activiteiten die worden ontplooid tijdens de wintersportvakantie?
- Onderzoeksvraag 5: Wat is de invloed van het reisgezelschap op de accommodatiekeuze en de activiteiten die worden ontplooid tijdens de wintersportvakantie?

§ 2.8 Hypothesen

Voor de volledigheid volgt hierna een lijst met alle hypothesen zoals deze zijn af te leiden uit het theoretisch kader.

Hypothesen naar aanleiding van onderzoeksvraag 1:

Richards (1996) veronderstelt dat ervaren wintersporters meer uitgeven aan de wintersportvakantie dan minder ervaren wintersporters. Daarnaast is ook het inkomen van belang. In dit onderzoek wordt verondersteld dat jongere wintersporters naast een lager gemiddeld inkomen, ook minder vaardigheden bezitten. Omdat het Sportura Reizen product goedkoper is dan het Chalet Travel product zijn de volgende hypothesen opgesteld met betrekking tot de invloed van het inkomen en leeftijd. Hieruit zijn de volgende twee hypothesen voortgekomen:

- Hypothese 1.1: Jonge wintersporters kiezen eerder voor Sportura Reizen en oudere wintersporters voor Chalet Travel.
- Hypothese 1.2: Wintersporters uit de hogere inkomensklasse kiezen vaker voor Chalet Travel, in tegenstelling tot wintersportbeoefenaren uit lagere inkomensklassen.

Hypothesen naar aanleiding van onderzoeksvraag 2:

Van oudere wintersporters wordt in dit onderzoek verondersteld dat zij betere wintersportvaardigheden, als gevolg van een langer sportverleden, bezitten dan jongere wintersporters. Juist omdat oudere wintersporters vaker in de gelegenheid zijn geweest om op wintersportvakantie te gaan. Van het inkomensniveau wordt verondersteld dat dit van belang is om in een vroeg stadium (op jonge leeftijd) op wintersportvakantie te kunnen, daar wintersporten over het algemeen slechts beoefend worden door de hogere inkomensklassen (Williams & Fidgeon, 2000; Richards, 1996). Wintersporters die in een later stadium op wintersportvakantie zijn gegaan hebben dus als gevolg van het inkomen een minder lang sportverleden alsmede mindere wintersportvaardigheden. Hieruit zijn de volgende twee hypothesen opgesteld:

- Hypothese 2.1: Wintersporters met een hoger inkomen hebben een langer sportverleden dan wintersportbeoefenaren uit de lagere inkomensklassen.
- Hypothese 2.2: Wintersporters met een hoger opleidingsniveau hebben een langer sportverleden dan wintersportbeoefenaren met een lager opleidingsniveau.

Hypothesen naar aanleiding van onderzoeksvraag 3:

In het theoretisch kader wordt gesteld dat sportbeoefenaren in het algemeen intrinsiek gemotiveerd zijn wanneer zij een lang sportverleden hebben met een bepaalde sport. Voor sportbeoefenaren met een kort sportverleden wordt het tegenovergestelde verondersteld. In dit onderzoek wordt geprobeerd deze theorie toe te passen op wintersportbeoefenaren. Hieruit zijn de volgende twee hypothesen voortgekomen:

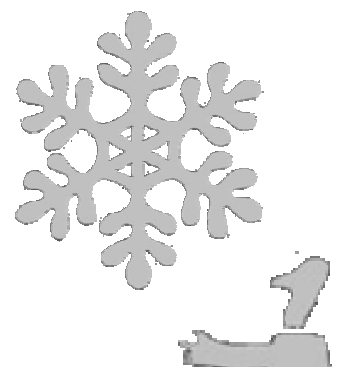
- Hypothese 3.1: Wintersporters met een lang sportverleden zullen eerder intrinsiek gemotiveerd zijn.
- Hypothese 3.2: Wintersporters met een kort sportverleden zullen eerder extrinsiek gemotiveerd zijn.

Hypothesen naar aanleiding van onderzoeksvraag 4:

Intrinsiek gemotiveerde (winter)sporters zullen weinig of minder waarde hechten aan zaken die niet-direct met de sportbeoefening te maken hebben, zoals eerder is beschreven. Extrinsiek gemotiveerde wintersporters zullen meer waarde hechten aan niet-direct aan winterport gekoppelde zaken. Omdat het Sportura Reizen product qua eigenschappen minder luxe heeft (grootte en luxe niveau van de accommodatie), wordt verondersteld dat uitgesproken intrinsieke wintersporters eerder het Sportura Reizen product verkiezen boven het luxe Chalet Travel product. Hieruit zijn de volgende twee hypothesen opgesteld:

- Hypothese 4.1: Intrinsiek gemotiveerde wintersportbeoefenaren zullen eerder kiezen voor Sportura Reizen.
- Hypothese 4.2: Extrinsiek gemotiveerde wintersportbeoefenaren zullen eerder kiezen voor Chalet Travel en de après-ski.

Hoofdstuk 3 – Methodologie



1] Hoofdstuk 3 – Methodologie

In dit hoofdstuk worden de methoden van analyse besproken alsook de operationalisering van de in het vorige hoofdstuk besproken concepten/variabelen. Eerst wordt ingegaan op de enquête, het doel en de inhoud daarvan, de steekproef en de onderzoekswebpagina § 3.1 (Kwantitatief onderzoek door middel van een elektronische enquête). In § 3.2 (Operationalisering) wordt beschreven hoe de concepten die voortgekomen zijn uit het theoretisch kader (zie hoofdstuk 2 (Theoretisch kader)) geoperationaliseerd. In de paragraaf die daarop volgt (§ 3.3) worden de methoden van analyse besproken. De laatste paragraaf van dit hoofdstuk (§ 3.4) behandelt de beperkingen van de enquête.

§ 3.1 Kwantitatief onderzoek d.m.v. een elektronische enquête

In deze paragraaf wordt het doel, de opzet en de inhoud van de enquête besproken, alsmede de karakteristieken van de steekproef, de (a-)selectie van de respondenten, de respons en de elektronische enquête.

Doel van de elektronische enquête

Het doel van dit onderzoek is om een antwoord te geven op de opgestelde probleem- en vraagstelling en de bijbehorende hypothesen, zoals besproken in hoofdstuk 2 (Theoretisch kader), te kunnen toetsen. Dit wordt onderzocht door middel van het afnemen van een enquête. Hierin zijn alle concepten opgenomen die in het voorgaande hoofdstuk zijn besproken. De verzamelde data die dat oplevert worden daarna gebruikt om statistische bewerkingen op uit te voeren. De analyse van de (gevonden) resultaten moet leiden tot een antwoord op de gestelde vragen en kan eventueel leiden tot aanbevelingen aan de opdrachtverstrekker alsmede tot aanbevelingen voor eventueel vervolgonderzoek.

Voor dit onderzoek is een enquête ontwikkeld. Deze is opgenomen in de bijlage, zie bijlage 3 (Enquête). Het primaire doel van een enquête is: *“Het verzamelen van informatie uit mededelingen van ondervraagde personen, ter beantwoording van een vooraf geformuleerde probleemstelling”* (Baarda en De Goede, 2000, p.3). Het gaat hierbij niet om de antwoorden van individuele respondenten, maar om het totaalbeeld aan antwoorden (ibid.). Voor dit onderzoek is gekozen voor het afnemen van een enquête, omdat de verwerking van de resultaten alsmede de vergaring ervan op relatief makkelijke wijze uit te voeren is (Drenth & Sijtsma, 1990).

Inhoud van de elektronische enquête

De enquête is opgebouwd uit twintig vragen. Deze vragen zijn ontstaan uit de operationalisering van de in het vorige hoofdstuk 2 (Theoretisch kader) besproken concepten. Enkele vragen zijn onttrokken of gebaseerd op een reeds bestaande enquête over wintersporters (De Graaf, 2004). De overige vragen zijn voor dit specifieke onderzoek ontwikkeld. Elke respondent is dezelfde enquête voorgelegd, waardoor de antwoorden

in één analyse te onderzoeken zijn. De enquête bevat onderdelen zoals deze zijn voortgekomen uit het theoretisch kader, zie hoofdstuk 2. In § 3.2 (Operationalisering) worden de besproken begrippen geoperationaliseerd en besproken.

Steekproef

De enquête is afgenomen onder (oud) klanten van Sportura Reizen en Chalet Travel (seizoen 2005/2006). De respondenten zijn geselecteerd uit het klantenbestand op basis van het reserveringsnummer. Met behulp van een excel-sheet zijn de reserveringsnummers gerandomiseerd gegenereerd. In eerste instantie zijn de gegevens van 500 potentiële respondenten onttrokken uit het klantenbestand, waarna er begonnen is met de data verzameling. De respondenten zijn telefonisch benaderd met het verzoek zijn/haar medewerking te verlenen aan dit onderzoek. Bij geen gehoor of voicemail is automatisch een mail verzonden en (indien mogelijk) is de voicemail ingesproken met aankondiging van de te verzenden e-mail. De respondenten zijn benaderd tussen 13 april en 8 mei 2006. Voorafgaand aan de informatievergaring is bepaald dat het aantal respondenten minimaal uit (*N*) 200 moest bestaan. Nadat dit streefgetal behaald is, is de informatievergaring stopgezet. Uiteindelijk is contact opgenomen met 350 respondenten. In totaal zijn 185 respondenten persoonlijk te woord gestaan, waarvan 6 weigeringen en 133 voicemails ingesproken. Nadat een respondent (persoonlijk) te woord was gestaan of de voicemail was ingesproken ontving de respondent een mail, zie bijlage 4 (Mail naar respondent naar aanleiding van gesprek) en 5 (Mail naar respondent naar aanleiding van voicemail), met daarin een korte uitleg van het onderzoek, bedankje voor de medewerking en een link naar de elektronische enquête. Daarnaast is de respondent gevraagd of hij/zij bereid is reisgenoten op de hoogte te brengen van dit onderzoek en of zij wellicht ook hun medewerking willen verlenen aan dit onderzoek. Deze vorm van data verzameling wordt ook wel de 'sneeuwbal techniek' genoemd. Dit heeft geresulteerd in 239 (deels) ingevulde enquêtes, waarvan er 214 volledig ingevuld zijn.

Naast de telefonische benadering en benadering per e-mail is ook via studentenonderzoek.nl, studentenmagazine.net, studentenforum.nl en wintersport.nl, een bericht op het forum geplaatst met het verzoek aan (oud) Sportura Reizen en Chalet Travel klanten om hun medewerking te verlenen aan dit onderzoek. De reden hiervoor is om extra aandacht te vestigen op het onderzoek en omdat in eerste instantie van de gekozen aanpak met (alleen) telefonische benadering verwacht werd dat dit niet afdoende zou zijn om het gestelde doel van minimaal 200 respondenten te halen. Een aantal dagen voor de sluiting van de onderzoeksperiode is een e-mail verzonden naar alle respondenten met daarin een bedankje en het verzoek, voor degene die geen enquête hadden ingevuld, dit alsnog te doen, zie bijlage 6 (Herinneringsmail).

De onderzoekswebpagina 'www.watdoeijjdezewinter.nl'

Ten behoeve van het onderzoek is een onderzoekswebpagina, hierna onderzoekspagina, op het internet geplaatst, zie bijlage 7 (De onderzoekspagina). Deze onderzoekspagina bevatte een elektronische enquête

gemaakt met behulp van beschikbare software via de site 'www.studentenonderzoek.com'. Het voordeel van deze manier van aanpak is dat elke respondent op een door zijn/haar gekozen moment de enquête on-line kon invullen. De verwerking van de gegevens werd ook vergemakkelijkt omdat de verzamelde gegevens direct vanaf het internet te importeren zijn in SPSS wat geresulteerd heeft in een enorme tijdswinst.

§ 3.2 Operationalisering

In de volgende paragrafen wordt per concept, dat opgenomen is in het conceptueel model (zie hoofdstuk 2 (Theoretisch kader) figuur 1 (Conceptueel model)), besproken hoe deze geoperationaliseerd is in de enquête.

§ 3.2.1 Operationalisering accommodatiekeuze

Een van de afhankelijke variabelen betreft de accommodatiekeuze. Deze variabele is geoperationaliseerd in vraag 8 van de enquête (Bij welke reisorganisator heeft u uw laatste wintersportvakantie geboekt?), zie bijlage 1. De antwoord mogelijkheden zijn gesloten en van nominaal meetniveau en zijn in de analyses opgenomen als dummyvariabele met 0 = Chalet Travel en 1 = Sportura Reizen.

§ 3.2.2 Operationalisering activiteiten tijdens de wintersportvakantie

De tweede afhankelijke variabele in de analyses zijn de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie onderneemt en is geoperationaliseerd in vraag 20 van de enquête (Hoe vaak onderneemt u gemiddeld de volgende activiteiten tijdens de wintersportvakantie?), zie bijlage 3 (Enquête). De activiteiten die onderzocht zijn in dit onderzoek zijn de beoefening van wintersporten, het bezoek aan discotheken/dansgelegenheden, restaurants (voor avondeten), bezoek terras en eetgelegenheden op of nabij de piste, aantal keer per week (fun)shoppen, het bezoek aan een gezellig barretje (après-ski) en het aantal keer per week dat men in de accommodatie gezellig samen is met reisgenoten (de gehele avond).

De antwoordcategorieën zijn gesloten, gemeten op ordinaal of quasi-intervalniveau en zijn als volgt gecodeerd: 1 = (vrijwel) nooit, 1 – 2 keer per week, 3 – 5 keer per week en (vrijwel) dagelijks.

§ 3.2.3 Operationalisering achtergrondvariabelen

Met betrekking tot de achtergrondvariabelen zijn er zeven vragen gesteld (vraag 1 t/m 7). De vragen hadden betrekking op het geslacht (vraag 1), leeftijd (vraag 2), het inkomen (vraag 3), maatschappelijke positie (vraag 4), gezinssituatie (vraag 5), opleidingsniveau (vraag 6) en het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders (vraag 7). In tabel 3.1 (Geoperationaliseerde begrippen in de enquête → Achtergrondkenmerken) wordt de vraag weergegeven, het vraagnummer, het geoperationaliseerd begrip, het type vraag/meetniveau en de antwoordmogelijkheden met coderingen.

Tabel 3.1

Geoperationaliseerde begrippen in de enquête → Achtergrondkenmerken

#	Vraag	Geoperationaliseerd begrip	Type vraag/meet niveau	(Her)codering / Antwoordmogelijkheid
1	Wat is uw geslacht?	Geslacht	Gesloten / Nominaal, dichotoom	0 = Vrouw 1 = Man
2	Wat is uw geboortjaar?	Leeftijd	Open / Ratio (scale)	19 ...
3	Wat is uw netto (gezins-) inkomen per maand?	Inkomen	Gesloten / Ordinaal, Quasi-interval (scale)	1 = < 500 Euro (€) 2 = 500 – 1000 Euro (€) 3 = 1000 – 2000 Euro (€) 4 = 2000 – 4000 Euro (€) 5 = > 4000 Euro (€)
4	Wat is uw maatschappelijke positie?	Sociale-/maatschappelijke positie	Gesloten / Nominaal	1 = Scholier/student 2 = Werkzoekend 3 = Werkend (part-time) 4 = Werkend (full-time) 5 = Huisvrouw / huisman 6 = Werkloos/ arbeidsongeschikt 7 = Gepensioneerd 8 = Anders
5	Hoe zou u op dit moment uw gezinssituatie beschrijven?	Gezins-/thuisituatie	idem	1 = Thuiswonend bij ouders/voogd 2 = Alleenwonend (inclusief in studentenhuis of verzorgingsflat) 3 = Alleenstaande ouder met thuiswonende kinderen 4 = Samenwonend/getrouwd <i>zonder</i> (thuiswonende) kinderen 5 = Samenwonend/getrouwd <i>met</i> thuiswonende kinderen 5 = Anders
6	Wat is uw hoogst voltooide of momenteel gevolgde (vergelijkbare) opleiding?	Opleidingsniveau	Gesloten / Ordinaal, Quasi-interval (scale)	1 = Basisonderwijs 2 = Middelbare school (VMBO, = MAVO, etc.) 3 = Middelbaar beroepsonderwijs (MBO) 4 = Hoger beroepsonderwijs (HBO) 5 = Wetenschappelijk onderwijs (WO)
7	Wat is de hoogst voltooide (vergelijkbare) opleiding van één van uw ouders/opvoeders?	Opleidingsniveau ouders/opvoeders	Gesloten / Ordinaal, Quasi-interval (scale)	1 = Basisonderwijs 2 = Middelbare school (VMBO, MAVO, etc.) 3 = Middelbaar beroepsonderwijs (MBO) 4 = Hoger beroepsonderwijs (HBO) 5 = Wetenschappelijk onderwijs (WO) 6 = Weet niet

§ 3.2.4 Operationalisering wintersportverleden

Het wintersportverleden bestaat uit twee (sub)schalen namelijk; wintersportvaardigheden (vraag 11 t/m 13) en wintersportduur (vraag 14 t/m 16). In tabel 3.2 (Geoperationaliseerde begrippen in de enquête → Wintersportverleden) ziet u per vraag het geoperationaliseerd begrip, type vraag, meetniveau, de antwoordmogelijkheden en de codering(en).

Tabel 3.2

Geoperationaliseerde begrippen in de enquête → Wintersportverleden

#	Vraag	Geoperationaliseerd begrip	Type vraag/meet niveau	(Her)codering / Antwoordmogelijkheid
<i>Wintersport vaardigheden</i>				
11	In hoeverre acht u uzelf bedreven in het beoefenen van de volgende wintersporten? Ski Snowboard Langlauf* Andere sport, nl	Ski vaardigheden (door de respondent zelf ingeschat) Snowboard vaardigheden Langlauf vaardigheden Overige wintersport vaardigheden	Gesloten / Likert-schaal idem. " Semi-open / Likert-schaal	1 = Nooit beoefend 2 = Beginner 3 = Gevorderd 4 = Ver gevorderd 5 = Expert idem. " 1 = Nooit beoefend 2 = Beginner 3 = Gevorderd 4 = Ver gevorderd 5 = Expert
12	Welke van de bovenstaande sporten beoefent u het meest tijdens uw (laatste) wintersportvakantie?	Controle vraag	Gesloten / Nominaal	1 = Ski 2 = Snowboard 3 = Langlauf 4 = Andere sport
13	Welke piste neemt u zonder problemen?	Type piste	Gesloten / Ordinaal, Quasi-interval (scale)	1 = Groen 2 = Blauw 3 = Rood 4 = Zwart 5 = Off-piste 6 = Langlaufloipe**
<i>Wintersportduur</i>				
14	Hoeveel keer in totaal bent u in uw leven op wintersport geweest?		Gesloten / Ordinaal, Quasi-interval (scale)	1 = < 5 2 = 5 - 10 3 = 10 - 15 4 = 15 - 20 5 = > 20
15	Hoe oud was u toen u voor het eerst op wintersport ging?		idem.	1 = 0 - 5 2 = 5 - 15 3 = 15 - 20 4 = 20 - 30 5 = > 30
16	Hoeveel dagen gaat u gemiddeld per jaar op wintersport (excl. reistijd)?	Aantal wintersportdagen per jaar	"	1 = 1 - 3 2 = 3 - 5 3 = 5 - 7 4 = 7 - 10 5 = > 10

Noot.

*) Geen van de respondenten heeft aangegeven enige vaardigheid te bezitten in langlaufen.

**) Als gevolg hiervan is langlaufloipe vervallen en de schaal die wintersportvaardigheden meet naar ordinaal meetniveau veranderd.

§ 3.2.5 Operationalisering motivatie

De intrinsieke en extrinsieke motivatie is gemeten door 28 verschillende items, gesteld over twee vragen (vraag 9 en 10). Vraag 9 luidt: Kunt u aangeven welke aspecten u belangrijk vond bij uw keuze voor respectievelijk Sportura Reizen of Chalet Travel? Vraag 10 luidt: Kunt u aangeven hoe belangrijk de volgende aspecten zijn voor u om op wintersportvakantie te gaan? De items hebben betrekking op extrinsieke motivatie qua prijs, accommodatie, reisgezelschap, après-ski, skigebied, –dorp en –faciliteiten. De intrinsieke items hebben alleen betrekking op (wintersport)motivatie. De bedoeling van de verschillende items is om verschillende schalen te vormen. Voor een compleet overzicht van de items kunt u de enquête raadplegen, zie bijlage 3 (Enquête).

De respondenten is gevraagd het belang aan te geven per item. De antwoordcategorieën zijn gesloten en gemeten op een Likert-schaal met de volgende codering 1 = heel belangrijk, 2 = belangrijk, 3 = neutraal, 4 = onbelangrijk en 5 = zeer onbelangrijk.

§ 3.2.6 Operationalisering reisgezelschap

In het exploratief gedeelte wordt de invloed van het reisgezelschap, de samenstelling hiervan (vraag 17), de groepsgrootte (vraag 18) en wie de uiteindelijke beslissing maakt met betrekking tot bestemming en accommodatie (vraag 19) onderzocht op de accommodatiekeuze en activiteit(en). Vraag 17 luidt als volgt: Waaruit bestond uw reisgezelschap, de laatste keer dat u met Sportura Reizen / Chalet Travel op wintersport bent geweest? De antwoordcategorieën zijn semi-gesloten, gemeten op nominaal meetniveau. De volgende antwoordcategorieën waren een mogelijkheid, 1 = Alleengaand, 2 = Met leden uit eigen huishouden, 3 = Met leden uit meerdere huishoudens, 4 = Vrienden, 5 = Partner, 6 = Georganiseerde studentenreis en 7 = Anders, namelijk.

De vraag met betrekking tot de groepsgrootte (vraag 18) luidde als volgt: Hoe groot was de omvang van uw laatste groep waarmee u op wintersportvakantie bent geweest? De antwoordcategorieën zijn gesloten en van ordinaal meetniveau (Quasi-interval) en als volgt gecodeerd, 1 = 1 persoon, 2 = 2 – 5 personen, 3 = 6 – 10 personen, 4 = 11 – 15 personen en 5 = > 15 personen.

Vraag 19 luidde als volgt: Wie maakt de uiteindelijke keuze voor de wintersportbestemming en accommodatie? De antwoordcategorieën zijn semi-gesloten en als volgt gecodeerd, 1 = Ikzelf, 2 = In overleg met de medereizigers, 3 = Ik maak een keuze uit een aantal (voorgelegde) opties door medereizigers, 4 = Ik had geen keuze (bijvoorbeeld bij een georganiseerde reis), 5 = Anders, namelijk.

§ 3.3 Methoden van analyse

In de volgende (sub)paragrafen worden alle analysemethoden, die gebruikt **zijn** in dit onderzoek besproken. Per hypothese wordt de analyse methode aangegeven en welke variabelen gebruikt worden.

§ 3.3.1 Algemene beschrijving van de respondenten

Voordat de hypothesen worden getoetst wordt er eerst een algemene beschrijving gegeven van de respondenten qua achtergrondkenmerken. Dit gebeurt met behulp van frequentietabellen. De resultaten zijn uitgesplitst voor Chalet Travel respectievelijk Sportura Reizen reizigers.

§ 3.3.2 Methode van analyse hypothese 1

Voor hypothese 1 is in dit onderzoek gebruikgemaakt van logistische regressie analyse, omdat de afhankelijke variabele, type wintersport qua accommodatie, dichotoom van aard is (Pallant, 2003). De onafhankelijke variabelen bestaan uit de achtergrondvariabelen besproken in § 3.2.3 (Operationalisering achtergrondvariabelen), waaronder geslacht, maatschappelijke positie, gezinssituatie, opleidingsniveau en opleidingsniveau ouders/opvoeders. Er wordt met name gekeken naar de invloed van de leeftijd en het inkomen op de afhankelijke variabele. De toetsing gebeurt in twee fasen en wordt weergegeven in twee verschillende modellen. Het eerste model bevat altijd alleen de te onderzoeken variabelen die zijn opgenomen in de hypothesen. In het tweede model worden alle overige variabelen, zoals achtergrondkenmerken, inkomen, leeftijd, maatschappelijk positie, opleidingsniveau en opleidingsniveau ouders/opvoeders, ook in de analyse opgenomen. Dit om de te onderzoeken variabelen te kunnen toetsen onder ‘constanthouding’ van alle overige variabelen en om te kijken of dat deze variabelen wellicht de zuivere invloed van de te onderzoeken variabelen kunnen verstoren. Uiteraard wordt er getracht aan de hand van beide modellen conclusies te trekken. Deze methode, van twee verschillende modellen, is ook toegepast op alle andere hypothesen, daar waar mogelijk.

§ 3.3.3 Methode van analyse hypothese 2

De tweede hypothese wordt door middel van lineaire regressie analyse getoetst. Bij lineaire regressie analyse wordt het causale effect van meerdere onafhankelijke variabelen op één afhankelijke variabele onderzocht. In dit onderzoek zal aan de hand van verschillende variabelen, één variabele wintersportverleden aangemaakt worden, waardoor lineaire regressie analyse wordt mogelijk gemaakt⁵. Het gaat hierbij om een a-symmetrisch verband waarbij duidelijk de onafhankelijke en afhankelijke variabelen te onderscheiden zijn. Daarnaast moeten de variabelen minimaal van interval of quasi-interval (ordinaal), meetniveau zijn (Pallant, 2003) wat bij de onafhankelijke (achtergrond)variabelen en afhankelijke variabelen (wintersportverleden)

⁵ In de uitwerking van hypothese 2, zie § 4.3 (Toetsing hypothese 2), treft u aan op welke wijze deze variabele is aangemaakt.

het geval is. Dichotome variabelen, opgenomen in de analyse als onafhankelijke dummy variabele, zijn ook toegestaan in de analyses, bijvoorbeeld geslacht, maatschappelijke positie en gezinssituatie.

Als voorbereiding op de toetsing van deze hypothese worden de verbanden tussen de variabelen die het wintersportverleden meten, geanalyseerd. Dit wordt gedaan met behulp van kruistabellen. Met behulp van kruistabellen is het mogelijk om op significantie te toetsen, wanneer de variabelen van minimaal nominaal meetniveau zijn (Pallant, 2003). De significantie wordt getoetst door middel van een Chi-kwadraat toets (χ^2). Om de Chi-kwadraat toets te mogen uitvoeren en de resultaten te mogen interpreteren, dienen ten eerste alle verwachte celfrequenties groter of gelijk zijn te zijn aan 1 en ten tweede mag maximaal 20% van de verwachte celfrequenties tussen de 1 en 5 liggen.

§ 3.3.4 Methode van analyse hypothese 3

Voorafgaand aan de toetsing van hypothese drie wordt een factoranalyse uitgevoerd op alle items die in vraag 9 en 10 aan de orde zijn gekomen. Het hoofddoel van factoranalyse is datareductie (Pallant, 2003). Door middel van factoranalyse is het mogelijk om een (groot) aantal items, die onderling correleren, te reduceren tot een kleiner aantal factoren, of schalen, waarop multiple regressie analyses uitgevoerd kunnen worden (Pallant, 2003). Uit deze factoranalyse komen Bartlett variabelen voort, welke voor de daadwerkelijke toetsing gebruikt worden als afhankelijke variabele. Als onafhankelijke variabelen wordt met name wintersportverleden getoetst. Verder worden de achtergrondvariabelen in de analyses opgenomen als controle variabelen. Dit moet uiteindelijk leiden tot de aanname of verwerping van de hiervoor aangegeven hypothese. Uiteraard worden de factoren getoetst op betrouwbaarheid door middel van de coëfficiënt van interne consistentie of Chronbach's alpha (Pallant, 2003).

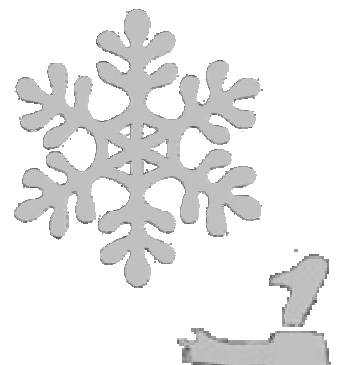
§ 3.3.5 Methode van analyse hypothese 4

Voor de toetsing van deze hypothese wordt zowel gebruikgemaakt van lineaire regressie analyse als van logistische regressie analyse. De reden hiervoor is omdat er van twee verschillende type afhankelijke variabelen gebruikgemaakt wordt, namelijk type wintersport qua accommodatie en type wintersport qua après-ski. Beide variabelen zijn respectievelijk gemeten op nominaal (dichotoom) en (quasi-) interval. Als afhankelijke variabelen worden dezelfde variabelen gebruikt als bij de toetsing van de hiervoor besproken hypothesen. De afhankelijke variabele kan ook bestaan uit een zogenaamde Bartlett variabele, ontstaan uit factoranalyse.

§ 3.3.6 Methode van analyse exploratieve gedeelte

De vijfde, en tevens laatste, hypothese wordt getoetst met behulp van kruistabellen. De significantie wordt getoetst door middel van een Chi-kwadraat toets (χ^2).

Hoofdstuk 4 – Resultaten



4] Hoofdstuk 4 – Resultaten

In dit hoofdstuk worden alle resultaten besproken die in het kader van dit onderzoek zijn verricht. In § 4.1 wordt een algemene beschrijving, qua achtergrondvariabelen, gegeven van de respondenten. In de paragrafen die daarop volgen worden de hypothesen, zoals besproken in hoofdstuk 2 (Theoretisch kader), afzonderlijk besproken.

§ 4.1 Algemene beschrijving van de respondenten

In tabel 4.1 zijn alle achtergrondvariabelen opgenomen die in de enquête zijn gevraagd, uitgesplitst voor Chalet Travel, Sportura Reizen en de totale steekproef. Van het totaal aantal respondenten dat de enquête in zijn geheel heeft ingevuld bestaat 26% uit Chalet Travel klanten en 74% uit Sportura Reizen klanten. De verhouding stemt niet overeen met de werkelijke verhouding zoals deze blijkt uit de ‘ruwe data’ van de initiële steekproeftrekking, waarbij de verhouding 41% Chalet Travel is, ten opzichte van 59% Sportura Reizen. Blijkbaar is de bereidwilligheid tot het invullen van de enquête van respectievelijk Sportura klanten en Chalet Travel klanten verschillend. Dit zou kunnen liggen in het feit dat veel Sportura reizigers student zijn, zie onderstaande tabel, en zij hebben wellicht meer sympathie voor een student die een onderzoek doet in het kader van zijn afstuderen en daardoor eerder geneigd zijn om medewerking te verlenen.

De gepresenteerde tabel (tabel 4.1) is samengesteld uit de kruistabellen ontstaan uit de achtergrondvariabelen * accommodatiekeuze. In de volgende subparagrafen worden de resultaten per achtergrondvariabele besproken.

Tabel 4.1

*Samenvatting kruistabellen achtergrondvariabelen * accommodatiekeuze (N= 214)*

		Chalet Travel (n = 59)	Sportura Reizen (n = 165)	Totaal (N = 224)	Sig.
		Percentage (%)	Percentage (%)	Percentage (%)	
Leeftijd	15 – 25 jaar	13,6	40,2	33,2	**
	26 – 35 jaar	52,5	40,9	43,9	
	36 – 45 jaar	20,3	9,8	12,6	
	46 – 55 jaar	10,2	6,1	7,2	
	56 +	3,4	3	3,1	
		100	100	100	
Inkomen	< 500 Euro (€)	7,1	20,4	17	*
	500 – 1000 Euro (€)	10,7	17,9	16,1	
	1001– 2000 Euro (€)	25	25,3	25,2	
	2001 – 4000 Euro (€)	46,4	26,5	31,7	
	> 4001 Euro (€)	10,7	9,9	10,1	
		100	100	100	
Geslacht	Man	55,9	54,5	54,9	
	Vrouw	44,1	45,5	45,1	
		100	100	100	
Maatschappelijke positie	Scholier/student	20,3	41,2	35,7	*
	Werkend (parttime)	23,7	9,7	13,4	
	Werkend (fulltime)	55,9	49,1	50,9	
		100	100	100	
Gezinssituatie	Thuiswonend	1,7	14,5	11,1	***
	Alleenwonend	31	52,2	46,5	
	Samenwonend	44,8	22	28,1	
	Samenwonend met kinderen	22,4	11,3	14,3	
		100	100	100	
Opleidingsniveau	Middelbare school	1,7	11,7	9	*
	Middelbaar beroepsonderwijs	15,5	9,2	10,9	
	Hoger beroepsonderwijs	55,2	41,1	44,8	
	Wetenschappelijk onderwijs	27,6	38	35,3	
		100	100	100	
Opleidingsniveau ouders/opvoeders	Basis onderwijs	1,8	1,2	1,4	
	Middelbare school	12,3	12,2	12,2	
	Middelbaar beroepsonderwijs	22,8	23,8	23,5	
	Hoger beroepsonderwijs	42,1	37,8	38,9	
	Wetenschappelijk onderwijs	17,5	23,2	21,7	
	Weet niet	3,5	1,8	2,3	
		100	100	100	

Noot.

 $\chi^2 = *p<,05, **p<,01, ***p<,001$

§ 4.1.1 Leeftijd

Leeftijd is in de enquête opgenomen als een variabele van ratio niveau. Ten behoeve van de analyse is leeftijd gehercodeerd tot een variabele van ordinaal meetniveau ingedeeld in verschillende klassen (zie tabel 4.1). De Chikwadraat-toets uit de kruistabel die gemaakt is tussen leeftijd (met leeftijdsklassen) en de accommodatiekeuze, gaf significante verbanden aan tussen beide variabelen. Dit blijkt ook uit de weergegeven percentages. Slechts 13% van de Chalet Travel reizigers is jonger dan 26, terwijl 40% van de Sportura Reizigers jonger is dan 26. Van het totaal aantal respondenten dat aangaf binnen de categorie 15 – 25 jaar te vallen heeft 89% aangegeven met Sportura Reizen op wintersportvakantie te zijn geweest. Slechts 11% van de respondenten tussen de 15 – 25 jaar heeft aangegeven met Chalet Travel op wintersportvakantie te zijn geweest (zie bijlage 6). Hiermee kan geconcludeerd worden dat de Sportura Reizen clientèle zich qua leeftijd onderscheidt van de Chalet Travel clientèle. Uit de kruistabel, zie tabel 4.1, blijkt verder dat éénderde van de Chalet Travel reizigers ouder is dan 36 jaar. Dit percentage ligt bij Sportura Reizigers ‘slechts’ op 19% (> 36 jaar). De grootste groep reizigers is tussen de 36 en 45 jaar oud, respectievelijk maakt deze groep 52% uit van de Chalet Travel reizigers en 41% van de Sportura Reizen reizigers. De gemiddelde leeftijd voor Chalet Travel en Sportura Reizen laat ook verschillen zien. De gemiddelde leeftijd voor Chalet Travel is (in jaren) $M_{CT} = 34$, $SD_{CT} = 9,250$ en voor Sportura Reizen is de gemiddelde leeftijd (in jaren) $M_{SR} = 30$, $SD_{SR} = 9,609$. Samenvattend kan gesteld worden dat de leeftijd van de Sportura Reizen clientèle gemiddeld lager ligt ten opzichte van de Chalet Travel klant én dat leeftijd een significante voorspeller is of men dan wel met Sportura Reizen reist, dan wel met Chalet Travel.

§ 4.1.2 Inkomen

Inkomen is in de enquête gemeten op ordinaal (of quasi-interval) meetniveau (zie hoofdstuk 3, tabel 3.1). Uit de kruistabel tussen inkomen en de accommodatiekeuze komt een significante invloed naar voren. Uit de percentages (zie tabel 4.1) blijkt dat slechts 18% van de Chalet Travel respondenten te kennen heeft gegeven een netto (gezins-) inkomen te hebben van minder dan (<) 1000 Euro (€) per maand. Bij Sportura Reizen respondenten ligt dit percentage op 38%. Op de derde antwoordcategorie (1001 tot 2000 Euro (€)) scoren Chalet Travel en Sportura Reizen respondenten vrijwel gelijk. Verschillen zitten ook in de hogere inkomenscategorieën (2001 tot 4000 en meer dan 4000 Euro (€)). Ruim 55% van de Chalet Travel respondenten geeft te kennen een maandelijks inkomen te hebben van meer dan 2000 Euro (€) of meer in tegenstelling tot ‘slechts’ 37% van de Sportura Reizen respondenten. Waarbij opgemerkt moet worden dat het grootste verschil in de categorie 2001 – 4000 Euro (€) per maand zit (respectievelijk 46% van de Chalet Travel respondenten tegenover 26% van de Sportura Reizen clientèle). Binnen de inkomenscategorieën tot 1000 Euro (€) per maand blijken Sportura Reizen reizigers de overhand te hebben. Ruim 85% van de respondenten dat te kennen heeft gegeven maximaal 1000 Euro (€) netto in de maand te verdienen geeft aan

met Sportura Reizen op wintersportvakantie te zijn geweest. Slechts 14% van de respondenten die maximaal 1000 Euro (€) per maand netto inkomen te besteden hebben, behoort tot de Chalet Travel clientèle. Bij de middeninkomensklasse (1001 – 2000 Euro (€)) ligt het percentage Chalet Travel versus Sportura Reizen respectievelijk op 25% en 75% en bij de hogere inkomensklassen (> 2001) liggen de percentages op respectievelijk 32% en 67% (zie tabel 4.1).

Samenvattend kan worden geconcludeerd dat hoe hoger het inkomen, hoe groter de kans dat een wintersporter een tot de Chalet Travel clientèle behoort. Het aandeel Chalet Travel reizigers neemt toe naarmate het netto (gezins-)inkomen per maand toeneemt.

§ 4.1.3 Geslacht

Voor geslacht zijn geen significante verschillen gevonden. Ogenschijnlijk heeft geslacht, als achtergrondvariabele, geen invloed op de accommodatiekeuze. Dit blijkt ook uit de verschillende percentages zoals gepresenteerd in tabel 4.1, welke voor beide subgroepen (Chalet Travel en Sportura Reizen) niet erg uiteenlopen.

§ 4.1.4 Maatschappelijke positie

In de enquête is maatschappelijke positie opgenomen als achtergrondvariabele met antwoordalternatieven op nominaal meetniveau (zie hoofdstuk 3, tabel 3.1). Geen respondenten hebben te kennen gegeven werkzoekend, werkloos, arbeidsongeschikt of gepensioneerd te zijn. Slechts één respondent is huisman/huisvrouw, daarom is deze gehele categorie uit de verdere analyses verwijderd. Van de acht antwoordcategorieën zijn dus drie overgebleven, namelijk scholier/student, werkend parttime en werkend fulltime en deze zijn in de verdere analyses opgenomen (zie tabel 4.1).

De kruistabel maatschappelijke positie * accommodatiekeuze levert een significant resultaat op. Het merendeel van de Chalet Travel reizigers is full- of parttime werkend (79% van het totaal). Slechts 20% van de respondenten die te kennen heeft gegeven dat zij met Chalet Travel reizen is scholier/student. Onder de Sportura Reizen clientèle liggen deze verhoudingen anders. Het merendeel van de Sportura Reizen reizigers is ook (fulltime) werkend evenals bij Chalet Travel. Verder zijn scholieren/studenten onder de Sportura Reizen clientèle twee keer zoveel aanwezig met 40% van de totale Sportura clientèle. Onder de Chalet Travel clientèle heeft slechts 20% van de respondenten aangegeven student of scholier te zijn.

De sociale positie die iemand heeft, kan dus bepalend zijn voor de keuze tussen respectievelijk Chalet Travel of Sportura Reizen. Studenten/scholieren reizen significant meer met Sportura Reizen dan met Chalet Travel in tegenstelling tot zowel parttime als fulltime werkenden.

§ 4.1.5 Gezinssituatie

In de enquête zijn vijf verschillende antwoordmogelijkheden opgenomen die de gezinssituatie kunnen beschrijven (zie hoofdstuk 3, tabel 3.1). Er was tevens een overige ('anders') mogelijkheid geboden. Geen

van de respondenten heeft van deze mogelijkheid ('anders') gebruikgemaakt. Daarnaast heeft geen van de respondenten te kennen gegeven alleenstaande ouder te zijn met (thuiswonende) kinderen. De overige vier antwoordcategorieën zijn in de verdere analyses opgenomen, namelijk: Thuiswonend bij ouder/voogd, alleenwonend (inclusief studentenhuis of verzorgingsflat), samenwonend/getrouwd *zonder* (thuiswonende) kinderen en samenwonend/getrouwd *met* (thuiswonende) kinderen.

Uit de kruistabel gezinssituatie * accommodatiekeuze is een significant effect naar voren gekomen. In tabel 4.1 treft u de voornaamste percentages van de bovengenoemde kruistabel **aan**. Opvallend is dat de Chalet Travel clientèle voor het grootste gedeelte bestaat uit samenwonenden, al dan niet met kinderen (67%) in tegenstelling tot 33% bij Sportura Reizen. Alleenwonenden daarentegen zijn meer vertegenwoordigd onder de Sportura Reizen clientèle evenals de thuiswonenden. Dit effect kan verklaard worden uit het feit dat 73% van de alleenwonende respondenten aangegeven heeft scholier/student te zijn (zie bijlage 9 samenvatting kruistabel maatschappelijke pos. * gezinssituatie) én het feit dat een groot gedeelte van de Sportura Reizen clientèle (41%) bestaat uit scholieren/studenten (zie tabel 4.1).

De gezinssituatie heeft een significante samenhang op de afhankelijke variabele, de accommodatiekeuze. Respondenten die te kennen hebben gegeven thuiswonend of alleenwonend te zijn, zijn eerder te vinden onder de Sportura Reizen clientèle in tegenstelling tot samenwonenden, al dan niet met thuiswonende kinderen.

§ 4.1.6 Opleidingsniveau

Het opleidingsniveau had vijf antwoordcategorieën waarmee de respondent zijn/haar hoogst voltooide of momenteel gevolgde (vergelijkbare) opleiding kon aangeven (zie hoofdstuk 3, tabel 3.1). Geen van de respondenten heeft aangegeven dat basisonderwijs het hoogst voltooide of gevolgde opleidingsniveau is. De overige vier antwoordcategorieën, middelbare school, middelbaar en hoger beroepsonderwijs en wetenschappelijk onderwijs, zijn wel in de verdere analyses opgenomen. De gevonden resultaten zijn significant. Over het algemeen zijn de respondenten hoog opgeleid. Iets meer dan 80% van de totale steekproef heeft te kennen gegeven hoger beroepsonderwijs of wetenschappelijk onderwijs te volgen of voltooid te hebben. Binnen de subgroep Chalet Travel ligt dit percentage op 83% en binnen de Sportura Reizen op 79%. Opvallend is het percentage Sportura Reizen respondenten dat middelbare school aangegeven heeft als hoogst voltooid of momenteel gevolgd opleidingsniveau (12%) tegenover 2% onder Chalet Travel reizigers.

Omdat het hiervoor beschreven verband significant is, zie tabel 4.1, kan geconcludeerd worden dat opleidingsniveau een significant effect heeft op de accommodatiekeuze. Met andere woorden, hoe hoger het opleidingsniveau, hoe groter de waarschijnlijkheid dat een respondent behoort tot de Chalet Travel clientèle.

§ 4.1.7 Opleidingsniveau ouders/opvoeders

De antwoordcategorieën van het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders hadden in de enquête dezelfde mogelijkheden als bij het eigen opleidingsniveau. ‘Weet niet’ is als extra antwoordmogelijkheid toegevoegd. De resultaten die voortgekomen zijn uit de kruistabel opleidingsniveau ouders/opvoeders * de accommodatiekeuze heeft geen significant effect(en) opgeleverd. Er zijn ten behoeve van de analyse, exploratief verschillende indelingen gemaakt van de antwoordcategorieën; bijvoorbeeld hoger en wetenschappelijk geschoold versus lager en middelbaar geschoold. Geen van deze analyses heeft een significant effect aangetoond tussen de afhankelijke variabele en het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders.

De gevonden percentages die vermeld staan in tabel 4.1 zijn onttrokken uit de kruistabel die hiervoor genoemd is. Uit deze kruistabel is geen significante samenhang naar voren gekomen tussen de onderzochte variabelen.

Opvallend is wel dat de opleidingsniveaus van de ouders c.q. opvoeders lager ligt dan het opleidingsniveau van de respondenten zelf. Slechts 60% van de respondenten geeft te kennen dat het hoogst voltooide (vergelijkbare) opleidingsniveau van één van de ouders hoger beroepsonderwijs of wetenschappelijk onderwijs is, in tegenstelling tot de 80% gevonden onder de respondenten zelf (zie tabel 4.1). Er waren slechts vijf respondenten die het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders niet kenden.

Aan de hand van de gevonden resultaten kan geconcludeerd worden dat het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders, geen significante samenhang heeft op de accommodatiekeuze binnen deze steekproef.

§ 4.2 Toetsing hypothese 1

Met betrekking tot de invloed van het inkomen en de leeftijd op de accommodatiekeuze is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: *“Is er een directe invloed van het inkomen en de leeftijd op de accommodatiekeuze van Sportura Reizen respectievelijk Chalet Travel?”*

Daaruit zijn de volgende twee hypothesen voortgekomen (hypothese 1.1): *“Jonge wintersportbeoefenaren kiezen eerder voor Sportura Reizen en oudere wintersportbeoefenaren voor Chalet Travel.”* De tweede hypothese naar aanleiding van de eerste onderzoeksvraag luidt (hypothese 1.2): *“Wintersporters uit de hogere inkomensklasse kiezen voor Chalet Travel, in tegenstelling tot wintersportbeoefenaren uit de lagere inkomensklasse die voor Sportura Reizen kiezen.”*

De invloed van het inkomen en de leeftijd worden getoetst onder constanthouding van de overige achtergrondvariabelen.

Voor de toetsing van hypothese 1.1 en 1.2 is een logistische regressie analyse uitgevoerd omdat er sprake is van een dichotome afhankelijke variabele, zie § 3.2.1 (Operationalisering accommodatiekeuze), waarbij Chalet Travel = 0 en Sportura Reizen = 1. De onafhankelijke (achtergrond)variabelen zijn van nominaal meetniveau, opgenomen in de analyse als dummy variabele, quasi-interval en ratio meetniveau. In tabel 4.2 (Samenvatting model 1) is de samenvatting gegeven van de logistische regressie met als afhankelijke variabele de accommodatiekeuze. In dit eerste model zijn slechts de twee achtergrondvariabelen opgenomen die in hypothese 1.1 en hypothese 1.2 zijn opgenomen, namelijk; de leeftijd en het inkomen. Uit de voorbereiding van de eerste gepresenteerde analyse (model 1) bleek dat zowel inkomen als leeftijd in een meervoudige logistische regressie, een significant deel van de variantie verklaart waarbij beide onafhankelijke variabelen op ratio meetniveau opgenomen zijn in de analyse (zie bijlage 10). Wanneer beide (onafhankelijke) variabelen, de leeftijd en het inkomen, samen opgenomen worden in een logistische regressie analyse met als afhankelijke variabele de accommodatiekeuze, dan verliezen beide variabelen enig verklarend vermogen (zie bijlage 10).

Model 1

In tabel 4.2 ziet u de definitieve resultaten gepresenteerd (model 1). De variabele inkomen is van (quasi-) interval meetniveau en heeft de eigenschappen zoals hiervoor besproken en zoals besproken in hoofdstuk 3 (methodologie). Leeftijd is in de gepresenteerde analyse opgenomen als dichotome dummyvariabele met als referentie, de categorie respondenten ouder dan 25 jaar. De dummy variabele is bewust dichotoom gemaakt met als categorieën 15 tot 25 jarigen en de 25 jaar en ouder omdat uit de kruistabellen blijkt (zie tabel 4.1, § 4.1) dat er zich een ‘omslagpunt’ precies tussen deze twee leeftijdscategorieën bevindt. De totaal verklaarde variantie (R^2) van het eerste model is gelijk aan 10%.

Tabel 4.2

*Model 1:**Logistische regressie met afhankelijke variabele de accommodatiekeuze (n = 217)*

	B	Exp(B)	Sig.
Constant	1,334	3,797	*
Leeftijdsklasse (Ref. = 25+)	1,136	,835	*
Inkomen	-,180	,835	

*Noot.*Nagelkerke $R^2 = ,100$.* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Ondanks de gevonden significante verband van zowel leeftijd als inkomen in de vorige paragrafen met de accommodatiekeuze is in deze logistische regressie analyse slechts één significante variabele naar voren gekomen, namelijk de leeftijdsklasse. Voor wat betreft de leeftijdsklasse kan gesteld worden, naar aanleiding van model 1, dat er een significante invloed vanuit gaat. Respondenten, ouder dan 25, kiezen eerder voor Chalet Travel dan respondenten jonger dan 25. Anders geformuleerd: respondenten jonger dan 25 kiezen eerder voor Sportura Reizen dan respondenten ouder dan 25. Deze bevinding bevestigt de opgestelde hypothese (hypothese 1.1) zoals geformuleerd in hoofdstuk 2 (Theoretisch kader). Leeftijd heeft een sterkere zelfstandige invloed dan inkomen in dit model. Blijkbaar neemt de (significante) invloed van het inkomen af wanneer deze onder constanthouding van de leeftijdsklasse wordt geanalyseerd. Wanneer gekeken wordt naar de gestandaardiseerd richtingscoëfficiënt (Exp(B)) stemt de richting daarvan niet overeen met de gestelde hypothese (hypothese 1.2), maar de invloed van inkomen in deze analyse (model 1) is niet significant, dus hoeven hieraan geen conclusies verbonden te worden.

Model 2

In het tweede model zijn alle achtergrondvariabelen die zijn voorgelegd aan de respondenten in de analyse opgenomen. Een samenvatting van deze logistische regressie analyse treft u aan in tabel 4.3. De variabelen die opgenomen zijn in model 2 zijn leeftijd, inkomen, geslacht, maatschappelijke positie, gezinssituatie, opleidingsniveau en opleidingsniveau ouders/opvoeders (zie tabel 3.1 hoofdstuk 3). Alle variabelen die in deze analyse zijn opgenomen zijn exploratief onderworpen aan een enkelvoudige logistische regressie analyse met als afhankelijke variabele de accommodatiekeuze. De resultaten daaruit stemden overeen met de gevonden resultaten zoals gepresenteerd in de vorige paragrafen. De totaal verklaarde variantie (R^2) van het tweede model (model 2) is gelijk aan 18%. Hoewel het tweede model meer verklaarde variantie heeft zijn niet alle resultaten significant.

Tabel 4.3

*Model 2:**Logistische regressie met afhankelijke variabele de accommodatiekeuze (n = 203)*

	B	Exp(B)	Sig.
Constant	961	2,615	
Leeftijd 15 – 25 (Ref. = 25+)	,769	2,159	
Inkomen	-,136	,873	
Geslacht (Ref. = vrouw)	,012	1,012	
Maatschappelijke positie: scholier/student (Ref. = werkend)	-,444	,642	
Gezinssituatie			
Thuiswonend (Ref. = samenwonend mét/zonder kinderen)	2,300	9,976	*
Alleenwonend (Ref. = idem.)	,656	1,927	
Opleidingsniveau			
Basisonderwijs/middelbare school (Ref. = hoger beroeps- en wetenschappelijk onderwijs)	1,381	3,978	
Middelbaar beroepsonderwijs (Ref. = idem)	-,598	,550	
Opleidingsniveau ouders/opvoeders			
Basisonderwijs/middelbare school (Ref. = hoger beroeps- en wetenschappelijk onderwijs)	-,179	,836	
Middelbaar beroepsonderwijs (Ref. = idem)	,097	1,102	

Noot.

Nagelkerke $R^2 = ,179$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Het meest opvallend resultaat is dat de leeftijd geen significante invloed vertoont wanneer deze onder constanthouding van de overige achtergrondvariabelen wordt getoetst. Ook inkomen, geslacht, maatschappelijke positie, opleidingsniveau en opleidingsniveau van de ouders/opvoeders verklaren geen significant deel van de variantie. Van geslacht en het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders was dit te verwachten, omdat dit ook niet uit de voorgaande analyses is gebleken. Ook blijkt uit de analyse (model 2) dat het opleidingsniveau en de maatschappelijke positie geen effect hebben op de afhankelijke variabele wanneer deze getoetst worden onder constanthouding van alle overige variabelen.

De enige variabele die wél een significante invloed heeft op de accommodatiekeuze is de gezinssituatie ‘thuiswonend’ ten opzichte van ‘samenwonenden mét/zonder kinderen’. Hieruit kan geconcludeerd worden dat samenwonenden met/zonder thuiswonende kinderen (significant) meer te vinden zijn onder de Chalet Travel clientèle. Thuiswonenden respondenten zijn meer te vinden onder de clientèle van Sportura Reizen. Deze conclusie is ook af te lezen uit de kruistabellen zoals gepresenteerd in tabel 4.1 (Samenvatting kruistabellen achtergrondvariabelen * de accommodatiekeuze), waarbij slechts $\pm 2\%$ van de Chalet Travel clientèle aangeeft thuiswonend te zijn.

Conclusie

Uit de kruistabellen zoals gepresenteerd in § 4.2 (Toetsing hypothese 1) blijken de meeste achtergrondvariabelen een zekere mate van (significante) samenhang uit te oefenen op de accommodatiekeuze, met uitzondering van geslacht en het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders. Wanneer dezelfde variabelen onderworpen worden aan een logistische regressie analyse blijken deze verbanden niet zo makkelijk aan te tonen. In het eerste model (model 1, § 4.2) was de invloed van leeftijd

nog wel significant, maar naarmate er meer variabelen in de analyse opgenomen worden, blijkt de (significante) invloed af te nemen. De hypothese met betrekking tot de invloed van het inkomen en de leeftijd op de accommodatiekeuze moet dan ook naar aanleiding van de beschrijving in de voorgaande paragrafen verworpen worden.

§ 4.3 Toetsing hypothese 2

Vanuit het theoretisch kader en het conceptueel model, zoals geschetst in hoofdstuk 2 (Theoretisch kader), is de volgende onderzoeksvraag opgesteld met betrekking tot de invloed van de achtergrondvariabelen op het wintersportverleden; Wat is de invloed van de achtergrondvariabelen op het wintersportverleden?

Hieruit zijn de volgende twee hypothesen opgesteld (hypothese 2.1); *“Wintersportbeoefenaren met een hoger inkomen hebben een langer sportverleden dan wintersportbeoefenaren uit de lagere inkomensklasse.”* En (hypothese 2.2): *“Wintersporters met een hoger opleidingsniveau hebben een langer sportverleden dan wintersportbeoefenaren met een lager opleidingsniveau.”* In de nu volgende paragraaf (§ 4.3.1) worden eerst de verbanden geanalyseerd tussen de wintersportvaardigheden en beoefeningduur. Daaruit vloeit een nieuwe variabele voort welke gebruikt gaat worden bij de toetsing van de voorgenoemde hypothesen die besproken gaat worden in § 4.3.1.

§ 4.3.1 Analyse vaardigheden en beoefeningduur (wintersportverleden)

Wintersportverleden wordt gemeten door zes verschillende items, gesteld in vijf verschillende vragen (vraag 11 en 13 t/m 16, zie hoofdstuk 3, tabel 3.2). De items zijn verdeeld onder twee verschillende begrippen, namelijk: vaardigheden (vraag 11 en 13) en beoefeningduur (vraag 14 t/m 16). Hiervan wordt verwacht dat deze samenhangen. Immers van een wintersport beoefenaar met een lange beoefeningduur wordt verondersteld dat deze betere wintersportvaardigheden bezit dan een wintersporter met een kortere beoefeningduur (Richards, 1996). Van de hiervoor genoemde items wordt een nieuwe variabele ‘wintersportverleden’ aangemaakt alvorens de hypothese getoetst wordt zoals in § 4.3.2 besproken.

Vaardigheden

Wanneer sec naar de verbanden wordt gekeken tussen (zelf ingeschatte) wintersportvaardigheden en het type piste dat men over het algemeen zonder problemen neemt, blijkt hier een significant verband tussen te bestaan. In de onderstaande tabel wordt een samenvatting gegeven van de kruistabellen voortgekomen uit de ski- en snowboardvaardigheden * type piste (welke piste neemt u zonder problemen?). De resultaten zijn uitgesplitst voor zowel snowboardbeoefenaren als skiërs. Met behulp van vraag 12 (‘select cases’) is het onderscheid gemaakt tussen de snowboard en skibeoefenaren.

Tabel 4.4

*Samenvatting kruistabellen ski- en snowboardvaardigheden * type piste (N = 212)*

		Normale vaardigheden	Expert vaardigheden	Sig.
		Percentage (%)	Percentage (%)	
		(n = 53)	(n = 67)	
Skiërs	Makkelijke pistes	92,5	43,3	***
	Moeilijke pistes	7,5	56,7	
		100	100	
Snowboarders		(n = 42)	(n = 50)	
	Makkelijke pistes	85,7	38	***
	Moeilijke pistes	14,3	62	
		100	100	

Noot.

De makkelijke pistes zoals gehanteerd in dit onderzoek zijn groen, blauw en rood. De moeilijke pistes zoals gehanteerd in dit onderzoek zijn zwart en off-piste. De normaal (zelf ingeschatte) persoonlijke vaardigheden zijn beginner en gevorderd. De expert vaardigheden zijn respondenten die zichzelf inschatten als gevorderd en ver gevorderd. Nooit beoefend is niet (meer) van toepassing omdat het alléén ski- of snowboardbeoefenaren betreft.

$\chi^2 = *p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

De Chikwadraat-toets uit de kruistabel die gemaakt is tussen skivaardigheden en welke piste men zonder problemen neemt (type piste) voor wat betreft skiërs is significant. Hieruit kan worden opgemaakt dat de vaardigheden die men te kennen geeft te bezitten een verband vertoont met het type pistes die men zonder problemen neemt. De Chikwadraat-toets uit de kruistabel die gemaakt is tussen (zelf ingeschatte) snowboard vaardigheden is ook significant. Hiervoor geldt dezelfde conclusie als voor skibeoefenaren.

Beoefeningduur en vaardigheden

In de enquête zijn drie vragen (items) opgenomen die de beoefeningduur meten (vraag 14 t/m 16). Van de beoefeningduur (aantal keer, hoeveelheid dagen en de leeftijd waarop men begonnen is met wintersporten) wordt verondersteld dat deze samenhang heeft op de mate van (zelf ingeschatte) vaardigheden en het type piste dat men zonder moeite neemt. Uit de kruistabellen van de items die beoefeningduur meten en de items die de wintersportvaardigheden meten blijkt deze veronderstelling, in ieder geval gedeeltelijk, te kloppen. In de onderstaande tabel treft u een samenvatting aan van de kruistabellen uitgesplitst voor skiërs en snowboarders.

Tabel 4.5

*Samenvatting kruistabellen ski- en snowboardvaardigheden * type piste (N = 211)*

		Normale vaardigheden	Expert vaardigheden	Sig.
		Percentage (%)	Percentage (%)	
		(n = 53)	(n = 67)	
Skiërs				
Hoeveel keer bent u in totaal in uw leven op wintersport geweest?	< 5	50,9	6	***
	5 – 10	32,1	24,4	
	11 – 15	9,4	19,4	
	16 – 20	3,8	16,4	
	> 20	3,8	32,8	
		100	100	
Hoe oud was u toen u voor het eerst op wintersport ging?	0 – 5 jaar	1,9	20,9	***
	6 – 15 jaar	17	29,9	
	16 – 20 jaar	30,2	25,4	
	21 – 30 jaar	39,6	22,4	
	> 30 jaar	11,3	1,5	
		100	100	
		n = 41	n = 50	
Snowboarders				
Hoeveel keer bent u in totaal in uw leven op wintersport geweest?	< 5	.	.	***
	5 – 10	31,0	24,5	
	11 – 15	9,5	8,2	
	16 – 20	.	22,4	
	> 20	.	26,5	
		100	100	
Hoe oud was u toen u voor het eerst op wintersport ging?	0 – 5 jaar	4,9	20	*
	6 – 15 jaar	24,4	24	
	16 – 20 jaar	22	36	
	21 – 30 jaar	46,3	20	
	> 30 jaar	2,4	.	

Noot.

De normaal (zelf ingeschatte) persoonlijke vaardigheden zijn beginner en gevorderd. De expert vaardigheden zijn respondenten die zichzelf inschatten als gevorderd en ver gevorderd. Nooit beoefend is niet (meer) van toepassing omdat het alléén ski- of snowboardbeoefenaren betreft.

$\chi^2 = *p < ,05$, $**p < ,01$, $***p < ,001$

Uit de Chikwadraat-toets van de kruistabellen blijken de gevonden verbanden tussen de beoefeningduur en vaardigheden significant te zijn. De gegevens zijn uitgesplitst voor zowel skiërs als snowboarders (zie tabel 4.5). Het aantal keer dat een individu op wintersportvakantie is geweest vertoont zowel voor skiërs als voor snowboarders samenhang met de vaardigheden die men zelf aangeeft te bezitten. Dat de gevonden resultaten significant zijn blijkt ook uit de percentages. Ruim 68% van de expert skiërs is meer dan 10 keer in totaal (in zijn/haar leven) op wintersportvakantie geweest. Ruim 51% van de skiërs die normale vaardigheden bezit is minder dan vijf keer (totaal in zijn/haar) leven op wintersportvakantie geweest. Onder de snowboardbeoefenaren die naar eigen zeggen expert vaardigheden bezitten is 57% vaker dan 10 keer in totaal (in zijn/haar leven) op wintersportvakantie geweest. Van de snowboarders die te kennen heeft gegeven normale vaardigheden te bezitten is 31% minimaal 5 tot maximaal 10 keer in totaal (in zijn/haar leven) op wintersportvakantie geweest.

Ook met betrekking tot de leeftijd waarop men voor het eerst ging wintersporten zijn de gevonden resultaten significant.

Uit de percentages blijkt dat ongeveer 50% van de wintersportbeoefenaren die aangeeft expert vaardigheden te bezitten op (z  er) jonge leeftijd is begonnen met wintersporten (zie tabel 4.5). Bijna 70% van de respondenten (70% onder ski ers en 68% onder snowboardbeoefenaren) die te kennen heeft gegeven normale vaardigheden te bezitten is pas n a de 15^e levensjaar begonnen met wintersporten (zie tabel 4.5).

Samenvattend kan geconcludeerd worden dat de leeftijd waarop men met wintersporten begint en het aantal keer dat men in (zijn/haar) leven in totaal op wintersportvakantie is geweest, verband houdt met op de zelf ingeschatte vaardigheden.

Dit blijkt ook uit de kruistabellen die ontstaan zijn uit het type piste * het aantal keer dat men in totaal in zijn/haar leven op wintersportvakantie is geweest en het type piste * de leeftijd waarop men voor het eerst op wintersportvakantie ging. In de onderstaande tabel (tabel 4.6) treft u de samenvatting aan van de voorgenoemde kruistabellen.

Tabel 4.6

*Samenvatting kruistabellen type piste * vaardigheden (N = 213)*

		Type piste		Sig.
		Makkelijke pistes	Moeilijke pistes	
		Percentage (%)	Percentage (%)	
		(n = 133)	(n = 80)	
Hoeveel keer bent u in totaal in uw leven op wintersport geweest?	< 5	38,8	15	***
	5 – 10	34,6	16,3	
	11 – 15	12,8	12,5	
	16 – 20	9	15	
	> 20	3,8	41,3	
		100	100	
		(n = 132)	(n = 81)	
Hoe oud was u toen u voor het eerst op wintersport ging?	0 – 5 jaar	6,8	23,5	***
	6 – 15 jaar	22,7	27,2	
	16 – 20 jaar	25	33,3	
	21 – 30 jaar	39,4	16	
	> 30 jaar	6,1	.	
		100	100	

Noot.

De makkelijke pistes zoals gehanteerd in dit onderzoek zijn groen, blauw en rood. De moeilijke pistes zoals gehanteerd in dit onderzoek zijn zwart en off-piste.

$\chi^2 = *p<,05, **p<,01, ***p<,001$

De gevonden resultaten die voort zijn gevloeid uit de voorgenoemde kruistabellen zijn significant. Uit de gevonden percentages kan worden opgemaakt dat het merendeel (69%) van de wintersportbeoefenaren dat te kennen heeft gegeven moeilijke pistes te nemen, vaker dan 10 keer in zijn/haar leven op wintersportvakantie is geweest (zie tabel 4.6). Verder geeft 73% van de wintersportbeoefenaren, die over

het algemeen makkelijke pistes nemen, aan dat zij 10 of minder keer in totaal op wintersportvakantie geweest zijn.

Ook zitten er significante verschillen in het type piste dat men neemt en de leeftijd waarop men voor het eerst op wintersportvakantie ging. Ruim 70% van de wintersporters die makkelijke pistes neemt, is pas ná het 15^e levensjaar met wintersporten begonnen in tegenstelling tot 50% van het totaal aantal wintersporters dat moeilijke pistes neemt.

Een kanttekening die gemaakt moet worden bij de voorgenoemde resultaten is dat er verschillen zitten in het type piste dat men neemt, uitgesplitst naar skiërs en snowboarders (zie bijlage 11). Slechts 1% van de snowboarders heeft te kennen gegeven dat groene pistes het 'hoogste' niveau piste is dat men zonder problemen neemt. Onder de skiërs ligt dit percentage op 4%. Off-piste daarentegen is onder 23% van de snowboarders het hoogste niveau, terwijl dit slechts voor 8% van de skiërs het hoogste niveau is. Vermoedelijk heeft dit te maken met de kenmerken, technieken en eigenschappen van skiën en snowboarden. Snowboarden leent zich moeilijker voor minder steile pistes (groene pistes) dan skiën terwijl op ongeprepareerde pistes (off-piste) snowboarden voordelen geeft. Op steile, geprepareerde pistes (zwart) heeft skiën weer voordeel ten opzichte van snowboarden. Dit uit zich dan ook in de percentages. Respectievelijk geeft 17% van de snowboarders te kennen dat de zwarte piste het hoogste niveau piste is. Bij skiërs ligt dit percentage op 27%.

Een algehele conclusie die te trekken valt uit de voorgaande besproken resultaten is dat de (wintersport) beoefeningduur invloed heeft op de vaardigheden en de type pistes die men neemt.

Wintersportverleden

Er is gekozen voor het aanmaken van een nieuwe variabele 'wintersportverleden', omdat deze variabele de analyse en de verwerking van hypothese 2.1 en hypothese 2.2 moet vergemakkelijken. De verwerking van één afhankelijke variabele is immers eenvoudiger te verwerken (met SPSS) en te bespreken dan voor elke variabele een kruistabel afzonderlijk. Met behulp van vraag 11 (wintersportvaardigheden) en 14 (Hoeveel keer in totaal bent u in uw leven op wintersport geweest?) is een nieuwe variabele gecreëerd die het wintersportverleden (beoefeningstuur en wintersportvaardigheden) in één variabele vertegenwoordigt. De nieuwe variabele mag beschouwd worden als een variabele van 'quasi-interval' niveau. Met behulp van vraag 12 (Welke wintersport beoefent u het meest tijdens uw wintersportvakantie?) kan het onderscheid worden gemaakt tussen snowboarders en skiërs. De 'nieuwe' variabele die ontstaan is uit vraag 11 en 14 wordt berekend uit de som van de (label)scores. In hoofdstuk 3 (Methodologie) treft u een uitgebreide omschrijving aan van de (label)scores van zowel vraag 11 als vraag 14.

In de tabel 4.7 treft u de (label)scores aan van de nieuw gecreëerde variabele 'wintersportverleden'.

Tabel 4.7
Labels en scores 'wintersportverleden' (N= 211).

Score	Label	Frequentie	Percentage (%)
1	*	.	.
2	**	.	.
3	Beginner met maximaal 5 jaar ervaring.	13	6,1
4 - 5	Gevorderd met maximaal 10 jaar ervaring.	81	38,4
6 - 8	Ver gevorderd met maximaal 20 jaar ervaring	74	35,1
9 - 10	Expert met minimaal 15 jaar ervaring	43	20,4
		N= 211	100,0

Noot.

*) Score 1 is onmogelijk omdat de (label)scores van twee variabelen opgeteld worden.

**) Score 2 is onmogelijk omdat 'nooit beoefend' door middel van 'select cases' uit de resultaten gefilterd wordt.

De in deze tabel gepresenteerde labels en scores zijn zowel van toepassing op de skibeoefenaren als de snowboardbeoefenaren.

Vraag 13, 15 en 16 zijn bewust niet opgenomen in de 'nieuwe' variabele. Vraag 13 (Welke piste neemt u zonder problemen?) is niet in de nieuwe variabele wintersportverleden opgenomen, omdat deze conceptuele problemen heeft zoals besproken in één van de vorige paragrafen (zie 'kanttekening', pagina 41). Hoewel de gevonden verbanden significant zijn voor vraag 15 (hoe oud was u toen u voor het eerst op wintersport ging?) geldt dat deze variabele niet kan uitsluiten of een wintersportbeoefenaar een continu sportverleden heeft. Wintersportbeoefenaren kunnen immers op zéér jonge leeftijd in aanraking zijn gebracht met wintersporten, maar het beoefenen daarvan kan (tijdelijk) zijn gestaakt waarmee de vaardigheden niet toenemen, maar de 'hoge score' wél doorwerking heeft in de nieuwe variabele. De variabele die gemeten wordt met behulp van vraag 16 (Hoeveel dagen gaat u gemiddeld per jaar op wintersport?) is niet in de nieuwe variabele opgenomen. Dit, omdat 85% van de respondenten te kennen heeft gegeven 5 tot 10 dagen per jaar op wintersport te gaan, verdeeld over twee categorieën, zie bijlage 12. Daarnaast verklaart deze variabele geen significant deel van de variantie, zoals besproken in de voorgaande paragrafen. Hierdoor heeft deze variabele geen toegevoegde waarde, omdat deze variabele niet of nauwelijks zal leiden tot significante resultaten. Vermoedelijk wordt het 'aantal wintersportdagen' (zie hoofdstuk 3 (Operationalisering)), bepaald door het standaard aantal dagen waaruit de skipas bestaat⁶.

§ 4.3.2 Toetsing hypothese 2.1 en 2.2

Voor de toetsing van de hypothesen 2.1 en hypothese 2.2 is gebruikgemaakt van lineaire regressie omdat de onafhankelijke variabele van quasi-intervalniveau is. De onafhankelijke variabelen zijn minimaal van ordinaal of quasi-intervalniveau (leeftijd, inkomen, opleidingsniveau en opleidingsniveau ouders en opvoeders). De variabelen die op nominaal meetniveau zijn gemeten (geslacht, maatschappelijke positie en gezinssituatie) zijn als dummyvariabelen opgenomen in de analyses. De hypothesen zijn in twee stappen aan de lineaire regressie analyses onderworpen. Eerst is alleen de invloed van het inkomen en het opleidingsniveau op wintersportverleden geanalyseerd (zie tabel 4.8 en 4.10, model 1). Daarna zijn de

⁶ Standaard zit in een wintersportvakantie een 5, 6 of 7,5 daagse skipas inbegrepen.

overige achtergrondvariabelen aan de analyses toegevoegd (zie tabel 4.9 en 4.11, model 2). Daarnaast zijn de analyses alleen toegepast op achtereenvolgens skibeoefenaren en snowboarders.

Invloed achtergrondvariabelen op wintersportverleden voor skibeoefenaren

In de onderstaande tabel (tabel 4.8) treft u de samenvatting aan van de resultaten die voortgekomen zijn uit de lineaire regressie analyse met als afhankelijke variabele wintersportverleden.

Tabel 4.8

Model 1:

Lineaire regressie met afhankelijke variabele wintersportverleden voor alléén skiërs (n = 120)

	B	β	Sig.
Constant	5,721		***
Inkomen	,430	,265	**
Opleidingsniveau	-,175	-,072	

Noot.

$R^2 = ,076$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Uit de analyse blijkt dat slechts één onafhankelijke variabele een significant gedeelte van de variantie in wintersportverleden verklaard, namelijk het inkomen (zie tabel 4.8). Uit de positieve gestandaardiseerde richtingscoëfficiënt (β) valt op te maken dat hoe hoger het inkomen is hoe vaker men in het verleden op wintersportvakantie is geweest en skiën heeft beoefend. Verder zullen de vaardigheden beter zijn van een individu die een hoger inkomen heeft ten opzichte van een individu met een lager inkomen. Dit is een logisch oorzakelijk gevolg omdat iemand die vaker op wintersportvakantie is geweest, ook betere vaardigheden zal bezitten zoals in hoofdstuk 2 is verondersteld. Onder constanthouding van inkomen blijkt het opleidingsniveau geen significant effect te hebben op het wintersportverleden. De totaal verklaarde variantie (R^2) is 7,6%. Ondanks dat het model een significant effect blootlegt is het totaal verklaarde variantie erg laag.

In het tweede model (zie tabel 4.9) zijn naast inkomen en opleidingsniveau alle overige achtergrondvariabelen, die gevraagd zijn in de enquête, opgenomen in de analyse met uitzondering van maatschappelijke positie. Maatschappelijke positie is uit de analyses verwijderd omdat die verschijnselen vertoonde van multicollineariteit met inkomen. Er is bewust gekozen om inkomen te verkiezen boven maatschappelijke positie, omdat inkomen opgenomen is in de hypothesen.

Van gezinssituatie is een dummy variabele aangemaakt met 1 = alleenwonend (inclusief studentenhuus) en 0 = niet alleenwonend, bestaande uit alle overige antwoordmogelijkheden. Exploratief is geprobeerd andere dummy variabelen in de analyses op te nemen, maar deze vertoonden multicollineariteit met de overige dummy's ontstaan uit gezinssituatie.

In tabel 4.9 treft u de samenvatting aan van de lineaire regressieanalyse. Uit deze analyse blijkt leeftijd als enige een significant deel van de variantie in wintersportverleden te verklaren. Uit de positieve

gestandaardiseerde richtingscoëfficiënt (β) blijkt dat dit verband positief is. Hoe ‘ouder’ de respondent, hoe langer het wintersportverleden.

Tabel 4.9

Model 2:

Lineaire regressie met afhankelijke variabele wintersportverleden voor alléén skiërs (n = 120)

	B	β	Sig.
Constant	3,883		**
Inkomen	,192	,119	
Opleidingsniveau	-,295	-,121	
Geslacht (Ref. = vrouw)	,682	,167	~
Leeftijd	,044	,236	*
Gezinssituatie (Ref. = niet alleenwonend)	,020	,005	
Opleidingsniveau ouders/opvoeders	,339	,164	~

Noot.

$R^2 = ,170$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$, ~ $0,05 < p < 0,1$

Opvallend is dat, in tegenstelling tot in het eerste model (tabel 4.8), inkomen geen significant deel van de variantie verklaart in het tweede model. Ook het opleidingsniveau en gezinssituatie hebben geen significante invloed op het wintersportverleden. Het percentage verklaarde variantie (R^2) is ondanks de gevonden significante effect van leeftijd 17%.

Verder valt uit de analyse op te maken dat geslacht ($p=0,071$) en het opleidingsniveau van de ouder/opvoeders ($p=0,082$), hoewel niet significant, ook invloed hebben op het wintersportverleden. Vermoedelijk heeft dit te maken met de zelf ingeschatte vaardigheden die de respondenten hebben aangegeven. Deze vormt namelijk een onderdeel van de variabele wintersportverleden. Omdat de afhankelijke variabele wintersportverleden mede tot stand is gekomen uit de pistevaardigheden kan de invloed daarvan door werken in de nieuwe variabele. Hoe hoger het opleidingsniveau van de ouder/opvoeders hoe hoger men scoort op het wintersportverleden.

Invloed achtergrondvariabelen op wintersportverleden voor snowboardbeoefenaren

Evenals bij de skibeoefenaren is de analyse in tweeën gesplitst. In het eerste model zijn slechts twee onafhankelijke variabelen opgenomen, namelijk inkomen en opleidingsniveau. Een samenvatting van de resultaten is gepresenteerd in de onderstaande tabel (tabel 4.10).

Tabel 4.10

Model 1:

Lineaire regressie met afhankelijke variabele wintersportverleden voor alléén snowboarders (n = 91)

	B	β	Sig.
Constant	4,178		***
Inkomen	,238	,142	
Opleidingsniveau	,274	,125	

Noot.

$R^2 = ,039$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

In tegenstelling tot skiërs is bij snowboarders het inkomen in het eerste model niet significant. Ook het opleidingsniveau verklaart geen significant deel van de variantie. De totaal verklaarde variantie van het eerste model (R^2) is 3,9%, wat zeer laag is.

Het tweede model, waarin alle achtergrondvariabelen zijn opgenomen, treft u hieronder aan (tabel 4.11).

Tabel 4.11

Model 2:

Lineaire regressie met afhankelijke variabele wintersportverleden voor alléén snowboarders (n = 91)

	B	β	Sig.
(Constant)	-2,063		
Inkomen	,172	,100	
Opleidingsniveau	,110	,050	
Geslacht (Ref. = vrouw)	,319	,072	
Leeftijd	,186	,473	***
Maatschappelijke positie (Ref. = student)	-,678	-,161	
Gezinssituatie (Ref. = niet alleenwonend)	,425	,101	
Opleidingsniveau ouders/opvoeders	,526	,276	*

Noot.

$R^2 = ,217$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Alleen leeftijd en het opleidingsniveau van de ouder/opvoeders blijken een significant deel van de variantie in het wintersportverleden te verklaren. De overige achtergrondvariabelen hebben geen significante invloed. Ook voor snowboarders geldt dat hoe ouder, hoe langer het wintersportverleden. Voor wat betreft de invloed van het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders kan dezelfde conclusie getrokken worden als voor skibeoefenaren.

Conclusie

Met de uitkomsten van de analyses beschreven in de voorgaande paragrafen is de hypothese dat het inkomen (hypothese 2.1) en het opleidingsniveau (hypothese 2.2.) invloed hebben op het wintersportverleden verworpen. Blijkbaar hebben de voorgenoemde predictoren geen zelfstandige invloed op het wintersportverleden.

Opvallend is dat gebleken is dat het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders wél een significante invloed heeft op het wintersportverleden. Dit kan wellicht te maken hebben met het feit dat hoger opgeleiden in ieder geval vaker wintersporten beoefenen dan lager opgeleiden (o.a. Richards, 1996; Williams & Fidgeon, 2000) én dat daardoor individuen op jongere leeftijd in aanraking komen met wintersporten. Dit leidt tot een langere beoefeningduur en betere vaardigheden. Daarnaast kan wintersporten en de beoefening daarvan gesocialiseerd zijn (zie theorie van Bourdieu, hoofdstuk 2). Hierdoor hebben deze individuen een langere wintersportduur en verwerven ze betere

wintersportvaardigheden. Deze conclusie kan ook getrokken worden uit de kruistabellen type piste * vaardigheden (zie tabel 4.6).

Hoewel de hypothesen verworpen moeten worden, is er toch een opmerkelijk resultaat naar voren gekomen, die vanuit de literatuur prima te verklaren is.

§ 4.4 Toetsing hypothese 3

Met betrekking tot de invloed van het wintersportverleden op de motieven is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: Wat is de invloed van het wintersportverleden op motieven?

Daaruit zijn de volgende twee hypothesen voortgekomen (hypothese 3.1); *“Wintersportbeoefenaren met een lang sportverleden zullen eerder intrinsiek gemotiveerd zijn”* en (hypothese 3.2) *“Wintersportbeoefenaren met een kort sportverleden zullen eerder extrinsiek gemotiveerd zijn”*.

Voordat de invloed van het wintersportverleden geanalyseerd wordt, worden de items die in dit onderzoek motieven meten, onderworpen aan een factoranalyse. Het doel van de factoranalyse is datareductie. Uit deze factoranalyse komen zogenaamde ‘Bartlett variabelen’ voort waarop lineaire regressie analyse wordt toegepast om de invloed(en) van het wintersportverleden op de motieven te kunnen toetsen, in de plaats van losse regressie analyses op de items of stellingen afzonderlijk.

In de volgende paragraaf (§ 4.4.1) wordt een algemene omschrijving gegeven van de resultaten van de items. In de paragraaf die daarop volgt wordt de data gereduceerd met betrekking tot motieven, door middel van factoranalyse met Varimax rotatie. In de paragraaf die daarop volgt (§ 4.4.2) worden de lineaire regressie analyses beschreven en de twee hypothesen geanalyseerd en getoetst. Alle analyses worden uitgevoerd met behulp van SPSS.

§ 4.4.1 Algemene beschrijving van de resultaten van de 28 items

De motieven zijn in de enquête gemeten door 28 verschillende items gesteld in twee verschillende vragen, vraag 9 en 10. Vraag 9 was: *“Kunt u aangeven welke aspecten u belangrijk vond bij uw keuze voor respectievelijk Sportura Reizen of Chalet Travel?”* Vraag 10 was: *“Kunt u aangeven hoe belangrijk de volgende aspecten zijn voor u om op wintersport te gaan?”* De antwoordcategorieën zijn gemeten door een 5-punts ‘Likertschaal’ van ‘zeer onbelangrijk’ tot ‘heel belangrijk’ (zie hoofdstuk 3, § 3.2.5).

Voor veruit de meeste wintersporters (95%) geldt dat zij het actief beoefenen van wintersport als belangrijk of zelfs heel belangrijk vinden. Verder vindt de wintersporter de gezelligheid met vrienden en/of familie (92%), de ligging van de skilift ten opzichte van de accommodatie (91%), de grootte van het skigebied (87%) en de prijs (86%) belangrijk. Hiermee vormen de voorgenoemde items de ‘top vijf’ qua waardering.

Wintersporten en de beoefening daarvan geldt als gemene deler als het gaat om de waardering. Dit blijkt uit het feit dat van de 'top tien' items, zes items direct geassocieerd zijn met wintersporten. Naast de hiervoor genoemde beoefening van wintersporten, ligging van de skilift en de grootte van het skigebied, waarderen wintersporters ook de aanwezigheid van gevarieerde en uitdagende pistes (85%) en het avontuur/de uitdaging (75%) als belangrijk tot heel belangrijk. Op de tiende plaats staat de 'vaardigheden verbeteren' welke door 70% van de respondenten als belangrijk tot heel belangrijk bevonden wordt.

Meest opvallend resultaat qua 'lage beoordeling' is de aanwezigheid van jacuzzi, zwembad of sauna in de accommodatie, welke door 63% van de respondenten als onbelangrijk of zeer onbelangrijk gewaardeerd wordt. Ook de aanwezigheid van een 'funpark' wordt door een groot gedeelte van de respondenten als neutraal (27%), onbelangrijk (23%) of zeer onbelangrijk beoordeeld (26%).

In de bijlage (bijlage 14) wordt een volledig overzicht gegeven van de frequenties, gemiddelden (M) en percentages per item.

§ 4.4.2 Factoranalyse op motieven

Uit een ongedwongen factoranalyse met de hiervoor genoemde 28 items komen acht factoren aan het licht met een eigenvalue > 1 (zie bijlage 15). Hieruit blijkt dat op sommige factoren 'slechts' enkele items laden waaronder 'aanwezigheid funpark'. Dit item is daarom verwijderd uit de verdere analyses. Daarna is exploratief gezocht naar een betere factoroplossing met behulp van gedwongen factoranalyse(s). De 'beste' gedwongen factoroplossing is een factoroplossing met vier factoren en 27 items. Deze factoroplossing benadert beter de eenvoudige structuur dan een ongedwongen en verschillende gedwongen factoroplossingen met zeven, zes, vijf, drie, twee en één factor(en). Betrouwbaarheidsanalyse is gebruikt om te onderzoeken of de gevonden factoren van de gedwongen vier factoroplossing een goede schaal vormen. Hierop zijn vier items verwijderd ('aanwezigheid van lesmogelijkheden', 'prijs', 'gezelligheid met familie of vrienden' en 'aanwezigheid van jacuzzi, zwembad of sauna').

Ongedwongen factoranalyse is toegepast, evenals gedwongen factoranalyse op de 23 overgebleven items. Hieruit bleek de gedwongen vier factoranalyse de beste. Dit benaderde beter de 'eenvoudige structuur'. Op de factoren die ontstaan zijn, is wederom een betrouwbaarheidsanalyse toegepast. Op basis van deze laatste analyse is nog één extra item uit de analyses verwijderd, namelijk het belang van 'het avontuur, de uitdaging'.

De overgebleven 22 items zijn wederom onderworpen aan een ongedwongen factoranalyse waaruit een vijf factoroplossing naar voren is gekomen. Op grond hiervan is een gedwongen factoroplossing uitgevoerd met vier factoren. Deze laatste factoroplossing benadert de assumptie van 'eenvoudige structuur' beter dan de (ongedwongen) vijf factoroplossing (waarbij één factor gevormd werd door één item). Daarnaast dragen alle items bij aan de betrouwbaarheid van de schaal (zie betrouwbaarheid).

In tabel 4.12 worden de resultaten weergegeven van de gedwongen factoroplossing met vier factoren. In de analyse zijn 22 items opgenomen die onderworpen zijn aan een principale factoranalyse met Varimax rotatie. De meeste correlaties tussen de items zijn $>0,3$. De Kaiser-Meyer-Olkin waarde is ,768 waarmee de gevormde schaal de aanbevolen ,7 overschrijd en dus een goede schaal vormt. Er zijn vier factoren gevormd welke 57% van de totale variantie verklaren.

Betrouwbaarheid

Op de factoren ontstaan uit de gedwongen factoranalyse met vier factoren is een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. De Chronbach's alpha van de factoren gepresenteerd in tabel 4.12 zijn respectievelijk gelijk aan $(\alpha=)$,892 (factor 1), $(\alpha=)$,768 (factor 2), $(\alpha=)$,760 (factor 3) en $(\alpha=)$,722 (factor 4). Geen van de items opgenomen in de analyse (en de factoren) heeft een grotere 'Chronbach's alpha if item deleted' dan de Chronbach's alpha die behoort bij de factor.

Tabel 4.12

(Gedwongen) Factoranalyse met Varimax rotatie van motieven (n = 197)

	Factor			
	1	2	3	4
Aanwezigheid van discotheken dansgelegenheden	,765		-,326	
Aanwezigheid van restaurants (voor avondeten)	,742			
Ligging van de accommodatie t.o.v. discotheken dansgelegenheden (met de intentie deze te bezoeken!)	,737		-,334	
Aanwezigheid van gezellige barretjes (après-ski)	,706		-,310	
Ligging van de accommodatie t.o.v. restaurants (voor bijv. avondeten)	,681			
Aanwezigheid van eetgelegenheden (op en nabij de piste)	,672			
Ligging van de accommodatie t.o.v. après-ski	,652			
Aanwezigheid van terrassen (op en nabij de piste)	,618			
Aanwezigheid van winkels (funshoppen)	,570			
Ligging van de accommodatie t.o.v. winkels (funshoppen)	,562			
Gezelligheid van het dorp	,559			
Aanwezigheid van gevarieerde en uitdagende pistes		,711		
De grootte van het skigebied		,685		
Het actief beoefenen van de wintersport		,678		,318
Ligging van de accommodatie t.o.v. skilift		,547		
Het aantal slaapkamers			,680	
Luxe niveau van de accommodatie			,621	
Ruimte van de acc. voor gezellig samen zijn met de reisgenoten (gemeenschappelijke ruimte)			,589	
Mijn gezondheid verbeteren				,624
De gezonde berglucht				,615
Mijn vaardigheden verbeteren				,509
Ontsnappen aan het dagelijkse leven				,501
% verklaarde variantie	25,587%	13,188%	9,858%	8,422%

Noot.

Alleen ladingen > 0,3 zijn weergegeven

Factor 1: De 'après-skiërs'

Op de eerste factor laden met name items die niet direct (winter)sportactiviteiten zelf vertegenwoordigen, zoals de aanwezigheid en het belang van discotheken, dansgelegenheden, après-ski, restaurants, terrassen en de aanwezigheid van winkels. De factor wordt gelabeld 'de après-skiërs'⁷.

Factor 2: De 'gebiedsliefhebbers'

De tweede factor is met name opgebouwd uit de items die het skigebied karakteriseren en wintersporten benadrukken; bijvoorbeeld de aanwezigheid en het belang van gevarieerde en uitdagende pistes, grootte van het skigebied, de ligging van de skilift ten opzichte van de accommodatie én het actief beoefenen van de wintersport. Deze factor wordt gelabeld 'de gebiedsliefhebbers'.

Factor 3: De 'accommodatieliefhebbers'

De derde factor representeert de items met betrekking tot de accommodatie zoals het luxe niveau, het aantal slaapkamers en de aanwezigheid van een gezamenlijke ruimte en het belang van de aanwezigheid van de voorgenoemde faciliteiten. Deze factor wordt gelabeld 'accommodatieliefhebbers'. Opmerkelijk is dat deze factor negatief correleert met de eerste factor. Dit geeft aan dat de respondenten die de items van deze factor als (heel) belangrijk waarden, tegelijkertijd de items die onder de eerste factor vallen als (zeer) onbelangrijk waarden.

Factor 4: De 'intrinsieke wintersporters'

Op de vierde en tevens laatste factor laden met name de items die intrinsieke sportbeoefenaren representeren zoals mijn 'vaardigheden verbeteren', 'het avontuur, de uitdaging', 'mijn gezondheid verbeteren', 'de gezonde berglucht' en 'ontsnappen aan het dagelijkse leven'. Deze factor wordt gelabeld de 'intrinsieke wintersporters'.

§ 4.4.3 Toetsing hypothese 3.1 en 3.2

Omdat uit de factoranalyse vier verschillende factoren of 'type wintersporters' naar voren zijn gekomen, worden voor elke factor afzonderlijk de hypothesen getoetst. De factoren worden getoetst met behulp van standaard multiple regressie analyse met als afhankelijke variabele de Bartlett variabele die hoort bij de desbetreffende factor. Als onafhankelijke variabelen zijn in de analyses opgenomen het wintersportverleden en de achtergrondvariabelen (zie hoofdstuk 3, tabel 3.1).

⁷ Belangrijk is dat deze factor tevens snowboardbeoefenaren vertegenwoordigt. Toch is gekozen om après-ski op te nemen in de naamgeving omdat dit een gangbare term is voor de activiteiten die deze factor beschrijft.

Lineaire regressie analyse op de après-skiërs (Bartlett 1)

In tabel 4.13 treft u de resultaten van de multiple regressie analyse op de afhankelijke variabele ontstaan uit de eerste factor de après-skiërs. De onafhankelijke variabelen zijn wintersportverleden, voor ski- en snowboardbeoefenaren uitgesplitst, en de achtergrondvariabelen: geslacht, geboortjaar, netto (gezin-)inkomen, gezinssituatie, opleiding en opleiding ouders/opvoeders. Maatschappelijke positie is uit de verdere analyses verwijderd omdat deze te veel verschijnselen van multicollineariteit vertoonde met inkomen. Van gezinssituatie is een dichotome dummy variabele aangemaakt omdat, deze evenals maatschappelijke positie, multicollineariteit vertoonde met inkomen. Na het aanmaken van deze dummy variabelen was dit probleem verholpen. Bij de bespreking van de uitgevoerde analyses worden eerst de resultaten besproken van de skiërs en daarna van de snowboarders.

Tabel 4.13

Multiple regressie met afhankelijke Bartlett 1 variabele de après-skiërs, alleen voor skiërs (n = 120)

	B	β	Sig.
(Constant)	-,460		
Wintersportverleden_SKI	-,023	-,052	
Geslacht (0=vrouw)	,070	,037	
Leeftijd	,016	,189	
Inkomen	,032	,044	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,203	,106	
Opleiding	-,167	-,149	
Opleiding ouders/opvoeders	,131	,138	

Noot.

$R^2 = ,101$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

De totale verklaarde variantie (R^2) van de hiervoor gepresenteerde lineaire regressie analyse is 0,101, dus het model verklaart 10% van de totale variantie. In het model zijn geen significante effecten gevonden. Aan de hand van deze gegevens is te concluderen dat, binnen de onderzochte populatie, het wintersportverleden (voor skiërs), geslacht, geboortjaar, inkomen, gezinssituatie, opleiding en het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders geen significant effect hebben op wel/niet behoren tot de 'après-skiërs'.

Voor de snowboarders is een (afzonderlijke) multiple regressie analyse uitgevoerd, die hieronder gepresenteerd wordt.

Tabel 4.14

Multiple regressie met afhankelijke Bartlett 1 variabele de après-skiërs, alleen voor snowboarders (n = 91)

	B	β	Sig.
(Constant)	-2,504		*
Wintersportverleden_SNOW	-,030	-,056	
Geslacht (0=vrouw)	-,045	-,019	
Geboortejaar	,031	,150	
Inkomen	.	.	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,030	-,013	
Opleiding	,183	,159	
Opleiding ouders/opvoeders	,297	,291	*

Noot.

 $R^2 = ,091$.* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

De totale verklaarde variantie (R^2) van de hiervoor gepresenteerde lineaire regressie analyse is 0,091, dus het model verklaart 9% van de totale variantie. In het model verklaart slechts één variabele een significant deel van de variantie, namelijk het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders. Het gevonden effect is positief, wat inhoudt dat hoe hoger het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders, hoe lager de kans dat een snowboardbeoefenaar behoort tot de 'après-skiërs'. Alle overige predictoren verklaren geen significant deel van de variantie en daarnaast zijn de effecten minimaal wanneer gekeken wordt naar de gestandaardiseerde richtingscoëfficiënt (β).

Samenvattend, slechts één variabele verklaart een significant gedeelte van de variantie, namelijk het opleidingsniveau van de ouder/opvoeders voor snowboardbeoefenaren. Voor de overige predictoren, of onafhankelijke variabelen, die opgenomen zijn in de voorgaande twee analyses geldt dat deze variabelen geen significant deel van de variantie verklaren. Blijkbaar is het wintersportverleden, geslacht, leeftijd, inkomen en opleidingsniveau (voor zowel skiërs als snowboarders) niet van invloed op het behoren tot de 'après-skiërs' binnen deze onderzochte populatie. Een verklaring hiervoor kan liggen in de beoordeling van de respondenten van de items.

Lineaire regressie analyse op de gebiedsliefhebbers (Bartlett 2)

In tabel 4.15 treft u de resultaten van de multiple regressie analyse op de afhankelijke variabele ontstaan uit de tweede factor, de gebiedsliefhebbers, aan. De onafhankelijke variabelen zijn dezelfde als bij de vorige multiple regressie analyse. De totale verklaarde variantie (R^2) van deze analyse is ,153; het model verklaart dus 15% van de totaal gevonden variantie. Evenals bij de vorige lineaire regressie analyses is voor zowel skiërs als snowboarders een analyse uitgevoerd. In de onderstaande tabel treft u de samenvatting van de multiple regressie analyse voor alleen skiërs.

Tabel 4.15

Multiple regressie met afhankelijke Bartlett 2 variabele de gebiedsliefhebbers, alleen voor skiërs (n = 120)

	B	β	Sig.
(Constant)	1,794		
Wintersportverleden_SKI	-,183	-,280	*
Geslacht (0=vrouw)	-,156	-,057	
Leeftijd	,039	,320	*
Inkomen	-,223	-,211	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,110	,039	
Opleiding	-,150	-,092	
Opleiding ouders/opvoeders	-,113	-,082	

Noot.

$R^2 = ,153$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Niet alle variabelen die in de analyse zijn opgenomen zijn significant. Het betreft hier geslacht, inkomen, gezinssituatie, opleiding en het hoogste opleidingsniveau van één van de ouders/opvoeders, welke allen geen significant deel van de variantie verklaren. Significante resultaten zijn gevonden bij het 'wintersportverleden' en de leeftijd. Uit de gevonden resultaten blijkt dat skiërs met een lang wintersportverleden waarschijnlijker behoren tot de 'gebiedsliefhebbers' dan skibeoefenaren met een kort wintersportverleden. Met andere woorden een ski beoefenaar met een lang wintersportverleden hecht meer waarde aan de grootte van het skigebied, de aanwezigheid van gevarieerde en uitdagende pistes, het actief beoefenen van wintersport en de ligging van de accommodatie ten opzichte van de skilift dan een skiër met een kort wintersportverleden.

De tweede significante invloed gevonden in deze analyse is het effect van leeftijd op het behoren tot de 'gebiedsliefhebbers'. Met andere woorden, hoe ouder de skiër hoe minder waarde men hecht aan de voornoemde items.

Ook bij de lineaire regressie analyse welke is uitgevoerd voor de snowboarders blijkt het wintersportverleden significant (zie tabel 4.16).

Tabel 4.16

Multiple regressie met afhankelijke Bartlett 2 variabele de gebiedsliefhebbers, alleen voor snowboarders (n = 91)

	B	β	Sig.
(Constant)	,532		
Wintersportverleden_SNOW	-,111	-,286	*
Geslacht (0=vrouw)	-,375	-,222	~
Leeftijd	,011	,078	
Inkomen	-,047	-,072	
Gezinsituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,083	-,052	
Opleiding	-,005	-,007	
Opleiding ouders/opvoeders	,038	,052	

Noot.

$R^2 = ,153$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$, ~ $0,05 < p < 0,1$

De onafhankelijke variabelen zijn dezelfde als bij de vorige multiple regressie. De totale verklaarde variantie (R^2) van deze analyse is ,153. Het model verklaart dus 15% van de totaal gevonden variantie (zie tabel 4.16). Voor snowboarders geldt dit niet, in tegenstelling tot skiërs, dat de leeftijd een significant gedeelte van de variantie verklaart.

Opvallend is dat geslacht bij de snowboarders meer verklaart dan bij de skiërs. Mannelijke respondenten hebben in dit onderzoek aangegeven minder waarde te hechten aan de items die samen deze factor vormen. Vrouwen hebben juist aangegeven meer waarde te hechten aan deze items. Een andere factor die wellicht hieraan bijdraagt, is het feit dat er significant meer mannen snowboarden dan vrouwen. Bij skibeoefenaren ligt de verdeling mannen versus vrouwen evenwichtiger (zie bijlage 16).

De interpretatie van de uitkomsten van deze analyse is niet eenvoudig omdat de items waaruit deze factor is opgebouwd door gemiddeld 90% van de respondenten als belangrijk of zelfs heel als belangrijk getypeerd worden (zie bijlage 14).

Samenvattend kan gesteld worden dat zowel voor skiërs als voor snowboarders geldt dat hoe beter zij scoren op hun wintersportverleden, hoe meer waarde zij hechten aan de items waaruit deze factor is opgebouwd. Naarmate het wintersportverleden toeneemt, neemt de waarschijnlijkheid af dat een respondent behoort tot deze factor.

Lineaire regressie analyse op de accommodatieliefhebbers (Bartlett 3)

In tabel 4.17 treft u de resultaten van de multiple regressie analyse op de afhankelijke variabele ontstaan uit de derde factor; *de accommodatieliefhebbers*. De onafhankelijke variabelen zijn dezelfde als bij de laatste twee multiple regressie analyses. De totale verklaarde variantie (R^2) is ,277. Het model verklaart dus 27% van de totaal gevonden variantie (zie tabel 4.17).

Tabel 4.17

Samenvatting multiple regressie met afhankelijke Bartlett 3 variabele de accommodatieliefhebbers, alleen voor skiërs (n = 120)

	B	β	Sig.
(Constant)	1,632		*
Wintersportverleden_SKI	-,047	-,085	
Geslacht (0=vrouw)	,505	,219	*
Leeftijd	-,018	-,178	
Inkomen	-,342	-,383	**
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,010	,004	
Opleiding	,008	,006	
Opleiding ouders/opvoeders	-,012	-,011	

Noot.

$R^2 = ,277$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Uit de analyse blijken twee onafhankelijke variabelen een significant deel van de variantie te verklaren namelijk geslacht en het inkomen van de respondent. Uit de gestandaardiseerde regressie coëfficiënten (kolom β) valt op te maken dat het inkomen het grootste deel van de afhankelijke variabele verklaart en daarna het geslacht van de respondent. Hieruit valt op te maken dat mannen significant minder belang hechten aan de items waaruit deze factor is opgebouwd. Uit de negatieve β van het inkomen kan geconcludeerd worden dat respondenten met een hoger inkomen meer waarde hechten aan de items waaruit deze factor is opgebouwd dan respondenten met een lager inkomen.

Het wintersportverleden verklaart helaas geen significant deel van de variantie. Deze conclusie is ook te trekken voor snowboarders zoals blijkt uit de onderstaande tabel.

Tabel 4.18

Multiple regressie met afhankelijke Bartlett 3 variabele de accommodatieliefhebbers, alleen voor snowboarders (n = 91)

	B	β	Sig.
(Constant)	1,519		
Wintersportverleden_SNOW	-,019	-,035	
Geslacht (0=vrouw)	-,053	-,022	
Leeftijd	-,040	-,191	
Inkomen	-,192	-,208	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,356	-,158	
Opleiding	,150	,128	
Opleiding ouders/opvoeders	,024	,023	

Noot.

$R^2 = ,212$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

De totale verklaarde variantie (R^2) is ,212. Het model verklaart dus 21% van de totaal gevonden variantie (zie tabel 4.18), maar geen van de predictoren verklaart een significant deel van de variantie. Blijkbaar vormen voor snowboarders geslacht en inkomen geen verklarende factoren.

Helaas geldt voor zowel snowboarders als skiërs dat het wintersportverleden geen significante invloed heeft op de mate waarin de respondenten de items waarderen die onder deze factor vallen. De reden dat

geen van de predictoren enig effect heeft op de Bartlett variabele kan gelegen zijn in het feit dat voor twee van de drie items, namelijk het aantal slaapkamers en gemeenschappelijke ruimte, geldt dat meer dan 70% van de respondenten te kennen heeft gegeven dit item als belangrijk of heel belangrijk te waarderen. Het luxe niveau van de accommodatie is binnen deze steekproef door de meeste respondenten als neutraal gewaardeerd ($M = 3$). In de bijlage treft u een overzicht van de gescoorde frequenties en percentages per item (bijlage H3-2).

Lineaire regressie analyse op de intrinsieke wintersporters (Bartlett 4)

Evenals bij de vorige Bartlett variabelen is ook voor deze variabele een uitsplitsing gemaakt tussen skiërs en snowboarders. In tabel 4.19 treft u de resultaten van de multiple regressie analyse op de afhankelijke variabele ontstaan uit de intrinsieke wintersporters (voor alleen skiërs). In tabel 4.20 treft u de resultaten aan voor de snowboardbeoefenaren.

Tabel 4.19

Multiple regressie met afhankelijke Bartlett 4 variabele de intrinsieke wintersporters, alleen voor skiërs (n = 120)

	B	β	Sig.
(Constant)	1,295		
Wintersportverleden_SKI	,049	,087	
Geslacht (0=vrouw)	,440	,188	
Leeftijd	-,003	-,029	
Inkomen	-,032	-,035	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,664	-,279	*
Opleiding	-,056	-,040	
Opleiding ouders/opvoeders	-,250	-,211	*

Noot.

$R^2 = ,156$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

De totale verklaarde variantie (R^2) is ,156. Het model verklaart dus 15% van de totaal gevonden variantie (zie tabel 4.19). Slechts twee van de gevonden effecten zijn significant, namelijk gezinssituatie en het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders. Uit de negatieve gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten (β) van beide predictoren valt op te maken dat respectievelijk voor de gezinssituatie, respondenten die te kennen hebben gegeven niet alleenwonend te zijn een hoger waardering geven aan de items die onder deze factor vallen. Andersom waarderen alleenwonende respondenten, waarvan 56% student (zie bijlage 17), de items die onder deze factor vallen als minder belangrijk. Uit de kruistabellen tussen gezinssituatie en de vier items die samen deze factor vormen komt één significant effect naar voren, namelijk gezinssituatie * de gezonde berglucht. Hieruit blijkt dat 73% van de niet alleenwonende respondenten de gezonde berglucht als belangrijk of zelfs heel belangrijk waarderen. Van de alleenwonende respondenten geeft slechts 55% aan de gezonde berglucht als belangrijk of heel belangrijk te waarderen. Ruim 20% van de alleenwonende respondenten geeft zelfs te kennen de gezonde berglucht als onbelangrijk of zeer onbelangrijk te waarderen,

in tegenstelling tot slechts 6% van de niet alleenwonende respondenten (zie bijlage 18). De verschillende resultaten uit de kruistabellen en de multiple regressie analyse(s) stemmen dus overeen met elkaar. Deze conclusie is ook te trekken voor de invloed van het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders op de items die onder deze factor vallen. Uit de kruistabellen die mogelijk zijn tussen het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders en de vier items die onder deze factor vallen blijkt slechts één verband significant, namelijk mijn piste vaardigheden verbeteren * opleiding ouders/opvoeders (zie bijlage 19). Ruim 70% van de respondenten, waarvan de ouders/opvoeders een hogere of wetenschappelijke opleiding hebben genoten, geeft te kennen dat men het verbeteren van zijn/haar (ski) vaardigheden als belangrijk of heel belangrijk waardeert in tegenstelling tot slechts 49% van de respondenten, waarvan de ouders/opvoeders een lagere of middelbare opleiding hebben genoten. Deze groep staat veel neutraler tegenover het verbeteren van zijn/haar (ski) vaardigheden wat blijkt uit het feit dat 41% neutraal heeft aangegeven in tegenstelling tot de 22% onder de respondenten met hoger en wetenschappelijk onderwezen ouders/opvoeders.

Onder de snowboarders zijn helaas helemaal geen significante resultaten naar voren gekomen. De resultaten van de multiple regressie analyse zijn gepresenteerd in de onderstaande tabel (tabel 4.20).

Tabel 4.20

Samenvatting multiple regressie met afhankelijke Bartlett 4 variabele de intrinsieke wintersporters, alleen voor snowboarders (n = 91)

	B	β	Sig.
(Constant)	,635		
Wintersportverleden_SNOW	-,001	-,002	
Geslacht (0=vrouw)	,351	,137	
Geboortejaar	-,016	-,072	
Inkomen	-,020	-,020	
Gezinsituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,254	,105	
Opleiding	,052	,041	
Opleiding ouders/opvoeders	-,184	-,166	

Noot.

$R^2 = ,048$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

De totale verklaarde variantie (R^2) is ,048, het model verklaart dus slechts 4% van de totaal gevonden variantie (zie tabel 4.20) en zoals eerder opgemerkt verklaren geen van de in de analyse opgenomen predictoren een significant deel van de variantie. Aan de gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten (β) is duidelijk te zien dat de effecten die er bestaan binnen het model minimaal zijn.

Conclusie

Voor veel van de voorgaande analyses blijken de resultaten niet of nauwelijks significant te zijn. Met betrekking tot de eerste factor de 'après-skiërs' kan geconcludeerd worden dat voor een snowboardbeoefenaar geldt dat het opleidingsniveau van de ouder/opvoeders een significante invloed heeft op het wel of niet behoren tot deze groep. Hoe hoger de opleiding van de ouders/opvoeders, hoe lager de

waardering van een snowboarder ten opzichte van après-ski en vise versa. Voor skiër zijn geen significante effecten gevonden met betrekking tot de eerste factor.

Met betrekking tot de tweede factor, de gebiedsliefhebbers, zijn wel significante resultaten gevonden voor zowel skiërs als voor snowboarders. Opvallend is dat het waarden van de items die onder deze factor vallen voor skiërs bepaald wordt door de leeftijd en voor snowboarders in belangrijke mate door het geslacht (maar niet significant). Het meest opvallende resultaat is dat voor beide groepen het wintersportverleden een verklarende factor is. Hoe langer het wintersportverleden, hoe meer men de items waardeert die onder de tweede factor vallen. Onder deze factor vallen met name gebiedsafhankelijke factoren zoals de aanwezigheid van gevarieerde en uitdagende pistes, de grootte van het skigebied en afstand van de accommodatie tot de skilift.

Bij de analyse van de derde factor zijn er onder de snowboarders geen significante resultaten naar voren gekomen. De items die onder deze factor vallen zijn blijkbaar voor snowboarders niet erg van belang. Voor skiërs zijn inkomen en geslacht als significante voorspellers uit de analyses naar voren gekomen. Vrouwen geven blijkbaar een hogere waardering als het gaat om de accommodatie, de luxe, de ruimte en de gezelligheid daarvan. Ook heeft het inkomen een significant effect. Hoe hoger het inkomen hoe belangrijker men de items die onder deze factor vallen, beoordeelt. Het wintersportverleden heeft voor zowel skiërs als voor snowboarders geen significant effect.

Als laatste zijn de invloeden van de predictoren getoetst op de vierde factor. Onder deze factor vallen met name de *'escapistische'* items zoals ontsnappen aan het dagelijks leven, gezondheidsmotieven en vaardigheden. Voor snowboarders zijn geen van de predictoren significant gebleken. Voor de skiërs daarentegen wel, namelijk gezinssituatie en het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders.

Alleenwonende skiërs geven aan minder waarde te hechten aan de items die onder deze factor vallen in tegenstelling tot niet alleenwonende skibeoefenaren. Voor het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders geldt dat, hoe hoger het opleidingsniveau, hoe lager de waardering voor de items die onder deze factor vallen.

Met betrekking tot de hypothesen zoals gesteld in hoofdstuk 2 (Theoretisch kader) en in § 4.3.3 kunnen de volgende conclusies getrokken worden. Bij gebrek aan duidelijke intrinsieke en extrinsieke items kan er ook geen duidelijk afgebakende (intrinsieke of extrinsieke) factor ontstaan. Hierdoor is geen van de hypothesen aan te nemen en hypothese 3.1 en 3.2 worden dan ook, op grond van de hiervoor gepresenteerde resultaten, verworpen. In hoofdstuk 5 wordt een reflectie gegeven met betrekking tot de voorgaande constatering. Ondanks dit resultaat zijn er wel resultaten gevonden zoals de invloed van het opleidingsniveau van de ouders/opvoeders op de après-skiërs (factor 1) en de intrinsieke wintersporters (factor 4). Het meest opvallende resultaat is de significante invloed van het wintersportverleden op de tweede factor. De items die hierop laden zijn nauwelijks intrinsiek te noemen, maar opvallend is het wel. Hoe langer het wintersportverleden, hoe belangrijker men de gebiedsafhankelijke factoren, etc. beoordeelt.

§ 4.5 Toetsing hypothesen 4

Met betrekking tot de invloed van de motivatie op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men ontplooit tijdens de wintersportvakantie (après-ski) is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: *“Is de motivatie (resp. intrinsieke en extrinsieke motivatie) van invloed op de accommodatiekeuze en/of de activiteiten die men ontplooit?”* Daaruit zijn de volgende twee hypothesen voortgekomen, namelijk hypothese 4.1: *“Intrinsiek gemotiveerde wintersportbeoefenaren zullen eerder kiezen voor Sportura Reizen.”* De tweede hypothese naar aanleiding van de voorgenoemde onderzoeksvraag, hypothese 4.2 luidt: *“Extrinsiek gemotiveerde wintersportbeoefenaren zullen eerder kiezen voor Chalet Travel en après-ski.”*

Als onafhankelijke variabelen worden in de analyses de achtergrondvariabelen gebruikt, en daarnaast wintersportverleden en de Bartlett variabelen welke ontstaan zijn uit de factoranalyse op motivatie (zie § 4.4.2). Gezinsituatie is in de analyses opgenomen als dummy variabele met als referentiegroep ‘alleenwonend’. Maatschappelijke positie is helemaal uit alle verdere analyses verwijderd, omdat deze variabelen verschijnselen vertoonden van multicollineariteit. Als afhankelijke variabelen worden de acht items gebruikt die in de enquête zijn gevraagd bij vraag 20, namelijk: wintersporten, discotheekbezoek, restaurantbezoek, bezoek terras en eetgelegenheid op en nabij de piste, après-ski en gezellig samen zijn met reisgenoten. De respondent werd gevraagd een inschatting te geven van het aantal keer per wintersportvakantie dat men de voorgenoemde activiteiten ontplooit. Accommodatiekeuze in de analyses opgenomen als afhankelijke variabele.

Voor de toetsing van hypothese 4.1 en 4.2 is gebruikgemaakt van multiple regressie analyse en logistische regressie analyse. Multiple regressie analyse is bij de analyses gebruikt die als afhankelijke variabele één van de activiteiten bevatte. Dit, omdat zowel de afhankelijke als de onafhankelijke variabelen bestaan uit variabelen gemeten op ten minste (quasi-) interval meetniveau. Logistische regressie analyse is gebruikt bij de analyses met als afhankelijke variabele de accommodatiekeuze, omdat deze variabele dichotoom van aard is. Van enkele (onafhankelijke) variabelen zijn dummy variabelen aangemaakt om ook deze variabelen op te kunnen nemen in de analyse (geslacht en gezinsituatie).

Uit de analyse van hypothese 3 is naar voren gekomen dat de ‘intrinsieke wintersporter’ zich bevindt onder de respondenten die het beste scoren op de items die samen de vierde factor vormen (zie § 4.4.2). Bij de toetsing van hypothese 4.1 wordt met name op deze factor gelet. Bij de toetsing van hypothese 4.2 zijn met name de eerste, tweede en derde factor van belang. Voor beide hypothesen is de accommodatiekeuze van belang. Overige opmerkelijke resultaten worden uiteraard aangegeven.

De eerste vijf items die besproken worden zijn wintersporten, restaurantbezoek (voor avondeten), winkelen/(fun)shoppen, terrasbezoek op en nabij de piste en het bezoeken van een eetgelegenheid op en nabij de piste. Bij de analyse van de hiervoor genoemde items zijn (bijna) geen significante resultaten aan

het licht gekomen. Daarom worden slechts de algemene resultaten rondom deze activiteiten besproken. In de bijlage worden de samenvattingen van de lineaire regressie analyses gegeven.

In de volgende paragrafen (§ 4.5.1 en § 4.5.2) worden hypothese 4.1 en 4.2 getoetst en besproken. In de eerstvolgende paragraaf (§ 4.5.1) wordt de invloed getoetst van motivatie op de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit. In de paragraaf die daarop volgt (§ 4.5.2), wordt de invloed van de motivatie op de accommodatiekeuze getoetst.

§ 4.5.1 De invloed van motivatie op de activiteiten die men ontplooit tijdens de wintersportvakantie

Wintersporten

Van het totaal aantal respondenten heeft 97% te kennen gegeven dat zij (vrijwel) dagelijks wintersporten (zie bijlage 20). Het is dan ook niet opmerkelijk dat er geen significante resultaten naar voren zijn gekomen uit de analyses. In de bijlage (bijlage 21) zijn de samenvattingen gegeven van de lineaire regressies uitgevoerd met als afhankelijke variabele 'wintersporten' en als onafhankelijke variabelen de achtergrondvariabelen, wintersportverleden voor zowel skiërs als snowboarders en de variabelen ontstaan uit de factoranalyse. Uit deze gegevens blijkt dat wintersporten voor het overgrote gedeelte van de wintersporters, zowel voor skiërs als voor snowboarders, elke dag een onderdeel vormt van de vakantie. Deze uitkomst is (niet echt) verwonderlijk en vormt eerder een bevestigende uitkomst dan een opmerkelijke.

Restaurant (voor avondeten)

Het grootste gedeelte van de respondenten (58%) bezoekt 1 tot 2 keer per wintersportvakantie een restaurant voor het avondeten. Bijna 20% gaat 3 tot 5 keer per week en slechts 11% gaat (vrijwel) dagelijks. De meerderheid van de respondenten (70%) geeft aan dat zij maximaal twee keer per wintersportvakantie een restaurant bezoekt om een avondmaaltijd te nuttigen. De overige respondenten (12%) heeft te kennen gegeven (vrijwel) nooit tijdens de wintersportvakantie een restaurant te bezoeken ten behoeve van het avondeten (zie bijlage 20). Van het totaal aantal respondenten bezoekt 70% (vrijwel) nooit tot maximaal 2 keer per week een restaurant voor het avondeten. Slechts 11% gaat (vrijwel) dagelijks. In de bijlage (bijlage 22) treft u de samenvattingen aan van de lineaire regressie analyses die uitgevoerd zijn.

Winkelen/(fun) shoppen

Winkelen/(fun)shoppen is een activiteit die slechts door enkele wintersportbeoefenaren ontplooid wordt tijdens de wintersportvakantie. Slechts 10% van de respondenten geeft aan deze activiteit vaker dan 3 keer per week te ondernemen. Bijna 90% gaat slechts (maximaal) 2 keer per week (fun)shoppen. In de bijlage (bijlage 23) treft u de samenvattingen aan van de lineaire regressie analyses die uitgevoerd zijn.

Iets drinken op een terras (op en nabij de piste)

Van de respondenten gaat 60% (vrijwel) dagelijks iets drinken op een terras (op en nabij de piste). Ruim 30% gaat minimaal 3 tot maximaal 5 keer per wintersportvakantie iets drinken op het terras. Hieruit kan opgemaakt worden dat slechts enkele wintersporters deze activiteit niet of nauwelijks ontplooiën. In de bijlage treft u de samenvattingen aan van de uitgevoerde lineaire regressie analyses (zie bijlage 24).

Bezoek eetgelegenheden (op en nabij de piste)

Ook het bezoeken van een eetgelegenheden op en nabij de piste is een activiteit waar de meerderheid van de respondenten van heeft aangegeven dit vrijwel dagelijks of om de dag te doen. Bijna 45% van de respondenten bezoekt (vrijwel) dagelijks een eetgelegenheden (op en nabij de piste) en 27% bezoekt een eetgelegenheden minimaal 3 tot maximaal 5 keer per wintersportvakantie. Ook voor het bezoek aan een eetgelegenheden geldt dat het overgrote gedeelte van de wintersportbeoefenaren deze activiteit veelvuldig tijdens zijn/haar vakantie ontplooit waardoor de gevonden resultaten geen opmerkelijke resultaten oplevert. In de bijlage treft u de samenvatting aan van de uitgevoerde lineaire regressies op deze variabele (zie bijlage 25).

Bezoek discotheek/dansgelegenheden

Wél opmerkelijke resultaten levert het bezoeken van een discotheek of dansgelegenheden. Deze variabele laat dan ook meer variantie zien dan alle hiervoor besproken activiteiten. Bijna 70% van de respondenten geeft te kennen (vrijwel) nooit tot maximaal twee keer per week een discotheek of dansgelegenheden te bezoeken. Voor 'slechts' 11% is het bezoeken van een discotheek een (vrijwel) dagelijkse bezigheid. Een op de vijf (20%) van de respondenten heeft te kennen gegeven 3 tot 5 keer per week een discotheek of dansgelegenheden te bezoeken. Een samenvatting van de lineaire regressie analyses treft u hieronder aan (zie tabel 4.21, 4.22 en 4.23).

Tabel 4.21

Model 1:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele discotheekbezoek (n = 191)

	<i>B</i>	β	Sig.
Constant	2,076		***
Factor 1: De après-skiërs	-,495	-,525	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,015	-,018	
Factor 3: De acc. liefhebbers	,317	,370	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,064	,078	

Noot.

R² = ,405.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

In het eerste model zijn alleen de Bartlett variabelen opgenomen die ontstaan zijn uit de factoranalyse zoals besproken in § 4.4.2. Deze Bartlett variabelen zijn als onafhankelijke variabelen opgenomen. De totaal

verklaarde variantie (R^2) van het eerste model is gelijk aan 40% en er blijken twee significante verbanden naar voren te komen. Het behoren tot de eerste Bartlett variabele, 'de après-skiërs' (factor 1), heeft een significante invloed op het wel of niet vaak bezoeken van een discotheek of dansgelegenheid en het behoren tot de derde factor, 'de accommodatieliefhebbers'. Uit de gepresenteerde gegevens blijkt dat de respondenten die veel waarde hechten aan de accommodatie significant minder vaak een discotheek of dansgelegenheid bezoeken. Respondenten die behoren tot de laatste groep bezoeken juist significant vaker een discotheek of dansgelegenheid.

In het tweede model zijn naast de vier Bartlett variabelen ook alle achtergrondvariabelen, hoofdstuk 3 (Methodologie) 3.1, alsook wintersportverleden in de analyse opgenomen. Een samenvatting van deze lineaire regressie analyse treft u aan in tabel 4.22. De totaal verklaarde variantie (R^2) van het tweede model (model 2) is gelijk aan 46%.

Tabel 4.22

Model 2:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele discotheekbezoek, voor Skiërs (n = 96)

	B	β	Sig.
Constant	2,378		***
Factor 1: De après-skiërs	-,581	-,534	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,024	-,032	
Factor 3: De acc. liefhebbers	,095	,108	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,036	,042	
Geslacht (0=vrouw)	,264	,130	
Geboortejaar	-,014	-,152	
Inkomen	-,134	-,170	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,210	,101	
Opleiding	,048	,040	
Opleiding ouders/opvoeders	,099	,095	
Wintersportverleden_SKI	-,049	-,102	

Noot.

$R^2 = ,469$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$, ~ $0,05 < p < 0,1$

Opvallend is het feit dat de significante invloed van de derde factor, 'de accommodatieliefhebbers', niet meer significant is wanneer deze getoetst wordt onder constanthouding van de achtergrondvariabelen en het wintersportverleden (voor skiërs). De significante invloed van de eerste factor blijft wél in het tweede model bestaan. Daarmee blijft het gevonden resultaat correct dat respondenten die een grote waarde toekennen aan de items die samen de eerste factor vormen ook vaker een discotheek of dansgelegenheid bezoeken. Onder de snowboarders blijft de significante invloed van de derde Bartlett variabele bestaan in tegenstelling tot de skibeoefenaren (zie onderstaande tabel).

Tabel 4.23

*Model 3:**Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele discotheekbezoek, voor Snowboard (n = 91)*

	<i>B</i>	β	Sig.
Constant	3,509		***
Factor 1: De après-skiërs	-,356	-,433	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,033	,029	
Factor 3: De acc. liefhebbers	,313	,388	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,099	,131	
Geslacht (0=vrouw)	,197	,102	
Geboortejaar	-,037	-,220	
Inkomen	-,042	-,056	
Gezinsituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,120	-,066	
Opleiding	,010	,010	
Opleiding ouders/opvoeders	-,104	-,124	
Wintersportverleden_SNOW	,010	,022	

Noot. $R^2 = ,449$.* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

De totaal verklaarde variantie (R^2) van het derde model (model 3) is 44%. Buiten de eerste en de derde factor hebben geen van de overige predictoren een significante invloed op de afhankelijke variabele discotheekbezoek (voor snowboarders). De resultaten van deze activiteit zijn interessant voor de hypothesen, omdat een wintersporter die veel belang hecht aan de après-ski (factor 1) significant vaker een discotheek bezoekt. Een wintersportbeoefenaar die veel waarde hecht aan de accommodatie (factor 3) bezoekt significant minder vaak een discotheek of dansgelegenheid. Deze bevindingen worden min of meer bevestigd door de gevonden resultaten met betrekking tot het bezoek(en) van een gezellig barretje of après-skiën.

Bezoek gezellig barretje (après-ski participatie)

Après-ski vormt, naast wintersporten, ook één van de meest ondernomen activiteiten tijdens de wintersport. Bijna 70% van de respondenten heeft te kennen gegeven na het wintersporten een (gezellig) barretje te bezoeken voor de après-ski. Evenals bij de voorgaande analyse (discotheekbezoek) blijkt uit de analyse van het bezoek van een gezellig barretje of het après-skiën dat de respondenten die hieraan veel waarde hechten ook daadwerkelijk (significant) vaker een gezellig barretje bezoeken. Dit in tegenstelling, én in overeenstemming met eerder gevonden resultaten, tot de respondenten die veel meer belang hechten aan de accommodatie (factor 3). In tabel 4.24 is de samenvatting gegeven van de resultaten uit de lineaire regressie analyse met alleen de vier Bartlett variabelen als predictor variabelen. De totaal verklaarde variantie (R^2) van dit model (model 1) is 40%, wat bijzonder hoog is.

Tabel 4.24

*Samenvatting model 1:**Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele après-ski (n = 191)*

	B	β	Sig.
Constant	2,920		***
Factor 1: De après-skiërs	-,439	-,532	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,159	-,208	***
Factor 3: De acc. liefhebbers	,232	,308	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,015	-,021	

Noot.

$R^2 = ,406$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Ook de respondenten die de tweede factor vertegenwoordigen (de gebiedsliefhebbers) bezoeken significant vaker een gezellig barretje na het wintersporten (après-ski). Met andere woorden, het behoren tot de eerste factor (de après-skiërs) en de tweede factor (de gebiedsliefhebbers), heeft een significante invloed op het bezoeken van een gezellig barretje na het skiën of het participeren in de après-ski. Voor de vierde factor (intrinsiek) zijn geen significante resultaten gevonden in dit model.

Het tweede model bestaat uit dezelfde afhankelijke variabele als model 1. Het enige verschil is dat er extra onafhankelijke variabelen aan de analyse zijn toegevoegd. Model 2 is alleen van toepassing op de skiërs door de toevoeging van het wintersportverleden voor alleen skiërs. De totaal verklaarde variantie (R^2) van model 2 is gelijk aan 22%. Blijkbaar wordt een belangrijk deel van de verklaarde variantie door de toevoeging van meer predictoren wegverklaard.

Tabel 4.25

*Samenvatting model 2:**Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele après-ski, voor Skiërs (n = 120)*

	B	β	Sig.
Constant	2,532		***
Factor 1: De après-skiërs	-,373	-,418	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,102	-,167	*
Factor 3: De acc. liefhebbers	,238	,327	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,082	-,115	
Geslacht (0=vrouw)	-,202	-,121	
Geboortejaar	-,004	-,057	
Inkomen	-,036	-,055	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,267	-,156	
Opleiding	,077	,077	
Opleiding ouders/opvoeders	-,002	-,002	
Wintersportverleden_SKI	,100	,250	**

Noot.

$R^2 = ,219$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$, ~ $0,05 < p < 0,1$

De significante Bartlett variabelen zijn ook in het tweede model significant. Ook de gestandaardiseerde richtingscoëfficiënt (β) stemt overeen. De hiervoor aangestipte conclusies gelden dus ook voor het tweede model. Opvallend detail is dat naarmate de respondenten hoger scoren op het wintersportverleden, de deelname aan het après-skiën ook toeneemt. Deze bevinding is niet in lijn met de opgestelde hypothesen.

Een wintersporter die hoog scoort op wintersportverleden zou, volgens de hypothesen, minder waarde moeten hechten aan niet-wintersportactiviteiten, maar uit de gevonden resultaten blijkt het omgekeerde waar te zijn met betrekking tot de waardering van après-ski. Dit gevonden resultaat blijkt niet voor snowboarders het geval te zijn (zie onderstaand tabel, tabel 4.26).

Tabel 4.26

Samenvatting model 3:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele après-ski voor Snowboard (n = 91)

	B	β	Sig.
Constant	3,317		***
Factor 1: De après-skiërs	-,406	-,526	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,235	-,219	*
Factor 3: De acc. liefhebbers	,240	,317	**
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,021	-,029	
Geslacht (0=vrouw)	,017	,010	
Geboortejaar	-,002	-,012	
Inkomen	,103	,146	
Gezinsituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,247	-,144	
Opleiding	-,070	-,079	
Opleiding ouders/opvoeders	-,049	-,062	
Wintersportverleden_SNOW	-,025	-,059	

Noot.

$R^2 = ,396$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Het derde model is alleen voor snowboarders, maar alle overige variabelen zijn identiek aan het tweede model. De totaal verklaarde variantie (R^2) van model 3 is 40%. Ook voor snowboarders geldt dat de significante Bartlett variabelen in deze analyse significant zijn en ook de gestandaardiseerde richtingscoëfficiënt (β) stemt overeen qua richting. Wintersportverleden blijkt voor snowboarders geen significante invloed te hebben op het participeren in de après-ski.

Aan de hand van de laatste drie gepresenteerde modellen kan geconcludeerd worden, dat de mate waarin wintersporters bepaalde items waarderen ten aanzien van hun wintersportvakantie significante invloed heeft op het participeren in de après-ski. Voor zowel snowboarders als voor skiërs geldt dat wanneer zij veel waarde toekennen aan respectievelijk de items die samen de eerste of de tweede factor vormen dat zij significant vaker après-skiën. Uit de voorgaande analyse is zelfs deze conclusie significant aangetoond door de derde Bartlett variabele (accommodatie). Uit de vierde factor kunnen helaas, aan de hand van deze gegevens, geen conclusies getrokken worden omdat hieruit geen significante invloed is gebleken.

De bevindingen die uit de laatste drie modellen toebehorend aan 'après-ski' gekomen zijn, worden bevestigd door de resultaten die voortkomen uit de analyse van de afhankelijke variabele 'in de accommodatie gezellig samen zijn'. De samenvattingen van de uitkomsten worden hierna gepresenteerd.

In de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten (de gehele avond)

Bijna 45% van de respondenten heeft te kennen gegeven dat zij (vrijwel) alle avonden de avond doorbrengen in de accommodatie met de reisgenoten. Een derde (33%) van de respondenten geeft te kennen minimaal 3, maar maximaal 5 avonden de avond in de accommodatie te verblijven. Ruim één vijfde (22%) van de respondenten heeft te kennen gegeven maximaal twee avonden de avond in de accommodatie door te brengen (zie bijlage 20). Mogelijk van invloed op deze vorm van avond invulling is het behoren tot danwel de eerste of de derde factor, zo blijkt uit de onderstaande tabel (tabel 4.27). De totaal verklaarde variantie (R^2) van tabel 4.27 is gelijk aan 10%.

Tabel 4.27

Model 1:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele in de accommodatie gezellig samen zijn de gehele avond (n = 191)

	<i>B</i>	β	Sig.
Constant	3,162		***
Factor 1: De après-skiërs	,199	,225	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,069	,084	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,166	-,205	**
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,055	-,071	

Noot.

$R^2 = ,101$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

In de voorgaande tabel treft u de gegevens aan van de lineaire regressie analyse uitgevoerd op de afhankelijke variabele in de accommodatie gezellig samen zijn. De onafhankelijke variabelen zijn dezelfde Bartlett variabelen als bij de voorgaande analyses. Er komen twee significante resultaten naar voren. In dit model (model 1) is zowel de invloed van de eerste als van de derde Bartlett variabele significant. Respondenten die behoren tot de eerste factor, en daarmee een hoge waardering geven aan de items waaruit deze factor bestaat, blijven minder vaak de gehele avond in de accommodatie. Het tegenovergestelde is waar voor de respondenten die de items hoog waardeerden die onder de derde factor vallen (accommodatie). De uitkomsten van model 1 stemmen overeen met eerder gevonden significante resultaten bij après-ski.

In het tweede model zijn dezelfde Bartlett variabelen opgenomen alsmede de achtergrondvariabelen en het wintersportverleden. Met deze toevoeging verliest de derde Bartlett variabele haar significante invloed. De totaal verklaarde variantie (R^2) van het tweede model is gelijk aan 50% (zie tabel 4.28).

Tabel 4.28

Model 2:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele in de accommodatie gezellig samen zijn de gehele avond, voor Skiërs (n = 120)

	<i>B</i>	β	Sig.
Constant	1,624		*
Factor 1: De après-skiërs	,328	,314	**
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,106	,147	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,117	-,137	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,020	,024	
Geslacht (0=vrouw)	,211	,108	
Geboortejaar	-,006	-,072	
Inkomen	,055	,073	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,177	,088	
Opleiding	,203	,174	
Opleiding ouders/opvoeders	,186	,184	
Wintersportverleden_SKI	-,035	-,075	

Noot.

$R^2 = ,501$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$, ~ $0,05 < p < 0,1$

De enige variabele die in het tweede model (model 2) een significante invloed uitoefent op de afhankelijke variabele is de eerste Bartlett variabele. Geen van de overige variabelen is significant. Hieruit kan worden opgemaakt dat voor skiërs die hoog scoren op de eerste factor (de après-skiërs), minder vaak de gehele avond in de accommodatie door brengen in tegenstelling tot skiërs die de items waaruit de eerste factor is opgebouwd laag waarderen.

In het derde model (model 3) is niet de eerste Bartlett variabele (après-ski) significant, maar de derde (accommodatie). De totaal verklaarde variantie (R^2) van model 3 is gelijk aan 40%. Uit de significantieniveaus blijkt dat snowboarders, die de items welke onder de derde factor vallen hoog waarderen, significant vaker de gehele avond in de accommodatie blijven in tegenstelling tot snowboarders die de items die onder de derde factor vallen laag waarderen.

Tabel 4.29

Model 3:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele in de accommodatie gezellig samen zijn de gehele avond, voor Snowboard (n = 91)

	B	β	Sig.
Constant	3,521		***
Factor 1: De après-skiërs	,093	,120	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,007	-,006	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,277	-,365	**
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,088	-,124	
Geslacht (0=vrouw)	-,237	-,131	
Geboortejaar	-,013	-,080	
Inkomen	,056	,079	
Gezinsituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,011	-,007	
Opleiding	-,013	-,014	
Opleiding ouders/opvoeders	,125	,158	
Wintersportverleden_SNOW	-,065	-,156	

Noot.

$R^2 = ,396$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

In de analyse met betrekking tot de gehele avond in de accommodatie blijven met de reisgenoten zijn slechts enkele variabelen significant gebleken. Wel blijken de gevonden resultaten overeen te komen met de gevonden resultaten van de overige activiteiten die geanalyseerd zijn. De respondenten die een hoge waardering uitspreken voor de accommodatie blijken vaker de gehele avond door te brengen in de accommodatie. De respondenten die te kennen hebben gegeven de après-ski hoog te waarderen blijken ook significant minder vaak de gehele avond door te brengen in de accommodatie. Deze bevinding is ook gevonden bij het discotheekbezoek en après-ski (bezoek gezellig barretje). Blijkbaar heeft het belang dat de respondent hecht aan respectievelijk de accommodatie of de après-ski invloed op het aantal keer dat men deze activiteiten ontplooit tijdens de wintersportvakantie. De respondenten in dit onderzoek hebben te kennen gegeven juist die activiteiten te ontplooiën waar men het meeste waarde aan hecht. Met deze (voorlopige) conclusie zijn de hypothese 4.1 en 4.2 nog niet bevestigd of verworpen. Hiervoor moet eerst de invloed van motivatie op de accommodatiekeuze onderzocht worden. Dit gebeurt in de volgende paragraaf.

§ 4.5.2 De invloed van motivatie op de accommodatiekeuze en toetsing hypothese 4.1 en 4.2

Bij de toetsing van de invloed van motivatie op de accommodatiekeuze is gebruikgemaakt van logistische regressie. Dit omdat de afhankelijke variabele, de accommodatiekeuze, dichotoom van aard is, zie hoofdstuk 3 (Methodologie) § 3.2.1. De onafhankelijke variabelen die in de analyses zijn opgenomen zijn gelijk aan die in de vorige analyses.

In de onderstaande tabel, tabel 4.30 (model 1), zijn de resultaten weergegeven van de eerste analyse. Het model verklaart 20% van de totale variantie (R^2). Uit het model blijkt dat alleen de derde Bartlett variabele (de accommodatieliefhebbers) een significante invloed heeft op het de accommodatiekeuze.

Met andere woorden, juist die respondenten die veel belang hechten aan de accommodatie, reizen significant meer/kiezen vaker voor Chalet Travel in tegenstelling tot respondenten die minder belang aan de accommodatie hechten. Deze respondenten gaan significant vaker met Sportura Reizen op wintersportvakantie.

Tabel 4.30

Model 1:

Logistische regressie met afhankelijke variabele de accommodatiekeuze (n = 194)

	B	Exp(B)	Sig.
Constant	1,268	3,554	***
Factor 1: De après-skiërs	-,260	,771	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,269	1,308	
Factor 3: De acc. liefhebbers	,800	2,226	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,166	,847	

Noot.

Nagelkerke $R^2 = ,201$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Wanneer er meer onafhankelijke variabelen aan de analyse worden toegevoegd (zie model 2) neemt de totaal verklaarde variantie toe. Het tweede model, gepresenteerd in tabel 4.31, verklaart 42% van de totale variantie (R^2). Onder constanthouding van meerdere (achtergrond)variabelen en het wintersportverleden (alleen voor skiërs) blijken ook de eerste (après-ski) en de vierde Bartlett variabele (intrinsiek) een significant deel van de variantie te verklaren.

Tabel 4.31

Samenvatting Model 2:

logistische regressie met afhankelijke variabele de accommodatiekeuze voor alleen skiërs (n = 98)

	B	Exp(B)	Sig.
Constant	,978	2,658	
Factor 1: De après-skiërs	-,878	,416	*
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,206	1,228	
Factor 3: De acc. liefhebbers	1,177	3,245	**
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,692	,501	*
Geslacht (0=vrouw)	-,010	,990	
Geboortejaar	,006	1,006	
Inkomen	,174	1,190	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,311	1,364	
Opleiding	,297	1,345	
Opleiding ouders/opvoeders	-,132	,877	
Wintersportverleden_SKI	-,142	,868	

Noot.

Nagelkerke $R^2 = ,423$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Uit de gestandaardiseerde richtingscoëfficiënten (Exp(B)) van de drie Bartlett variabelen valt op te maken dat de respondenten die samen de eerste factor vormen (de après-skiërs) significant meer te vinden zijn onder de Chalet Travel clientèle en dat de respondenten die minder waarde hechten aan deze items zich meer bevinden onder de Sportura reizigers. Ook kan uit de bovenstaande analyse opgemaakt worden dat de

respondenten die een hoge waarde hebben toegekend aan de items met betrekking tot accommodatie significant meer te vinden zijn onder de Chalet Travel clientèle. Sportura Reizen klanten hechten hieraan blijkbaar minder waarde. Het derde gevonden resultaat is dat de respondenten die een hoge waardering hebben gegeven aan intrinsieke aspecten, zich significant meer bevinden onder de Chalet Travel clientèle. De respondenten die minder waardering hebben toegekend aan deze items bevinden zich meer onder de Sportura Reizen clientèle. Het sterkste effect, en meest logisch te verklaren omdat de producten van Chalet Travel over het algemeen ruimer en luxueuzer zijn in tegenstelling tot de kleinere en minder luxe Sportura accommodaties, gaat uit van de accommodatieliefhebbers (de derde Bartlett variabele). De voorgenoemde resultaten gelden alleen voor skiërs. In het derde model, zie tabel 4.31, zijn de resultaten gepresenteerd voor snowboarders. Ondanks dat model drie 29% van de totale variantie verklaart zijn geen van de variabelen die daarin zijn opgenomen significant.

Conclusie

Uit de analyses met betrekking tot hypothese 4.1 en 4.2 is gebleken dat een aantal activiteiten die wintersporters ontplooiën tijdens de wintersportvakantie voor elke wintersporter gelden zoals (het beoefenen van) wintersporten en het bezoeken van een terras of eetgelegenheid op en nabij de piste. Deze activiteiten worden, in het geval van wintersport (vrijwel) dagelijks, of om de dag ondernomen. Shoppen en het bezoeken van een restaurant daarentegen zijn activiteiten die door slechts enkele wintersporters tijdens de vakantie überhaupt ontplooid worden. Voor de laatste twee activiteiten heeft het overgrote gedeelte van de respondenten aangegeven deze activiteiten slechts één of twee maal per (vakantie) week te ondernemen. Duidelijk is geworden aan de hand van de resultaten dat naast het beoefenen van wintersporten andere activiteiten óók een groot deel vormen van de dagelijkse 'routine' tijdens de wintersportvakantie.

Uit de analyses is verder naar voren gekomen dat respondenten die een hoge waardering geven aan après-ski, significant vaker een discotheekbezoeken. Bij de respondenten die veel belang hechten aan de accommodatie (factor 3) is dit verband tegengesteld. De accommodatieliefhebbers (factor 3) blijken significant vaker de gehele avond door te brengen in de accommodatie.

Een ander zeer opmerkelijk resultaat is dat de respondenten die de accommodatie items (factor 3) hoog waarderen ook significant meer te vinden zijn onder de Chalet Travel clientèle.

Met betrekking tot de toetsing van hypothese 4.1 en 4.2 kan geconcludeerd worden dat hypothese 4.1 verworpen moet worden en hypothese 4.2 aangenomen moet worden. Hypothese 4.1 (intrinsiek gemotiveerde wintersportbeoefenaren zullen eerder kiezen voor Sportura Reizen) is verworpen aan de hand van de resultaten. Respondenten die een hoge waardering hebben gegeven aan intrinsieke items, hebben significant vaker voor Chalet Travel gekozen en hiermee is de hypothese 4.1 verworpen.

Hypothese 4.2 (extrinsiek gemotiveerde wintersportbeoefenaren zullen eerder kiezen voor Chalet Travel en après-ski) is naar aanleiding van de hiervoor gepresenteerde resultaten aangenomen omdat de

respondenten die veel waarde hechten aan de accommodatie en après-ski ook daadwerkelijk significant meer te vinden zijn onder de Chalet Travel clientèle (zie tabel 4.31). Enige kanttekening die geplaatst moet worden bij deze conclusie is dat de gegevens de hypothese alleen ondersteunen voor skiërs. Met betrekking tot snowboarders moet hypothese 4.2 verworpen worden.

Samenvattend kan gesteld worden dat de waardering van bepaalde elementen (motieven) van de wintersport een significante invloed hebben op de activiteiten die men ontplooit tijdens de wintersportvakantie, alsmede de accommodatiekeuze bepalen.

§ 4.6 Toetsing exploratieve onderzoeksvraag (5)

Van het reisgezelschap, de samenstelling, de groepsgrootte en wie de uiteindelijke keuze maakt wordt verondersteld dat deze invloed heeft de accommodatiekeuze. Ook wordt verondersteld dat het reisgezelschap, de samenstelling, de groepsgrootte en wie de uiteindelijke keuze maakt de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie onderneemt beïnvloed. Omdat uit de literatuur, zoals besproken in hoofdstuk 2 (Theoretisch kader), geen concrete hypothesen zijn herleid is ervoor gekozen deze invloed exploratief te onderzoeken en op te nemen in de enquête. In de enquête zijn drie vragen opgenomen met betrekking tot het reisgezelschap en acht vragen met betrekking tot de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie onderneemt, zie hoofdstuk 3 (Methodologie) § 3.2.6.

In de volgende paragraaf (§ 4.6.1) wordt een korte beschrijving gegeven van de resultaten die zijn voortgekomen uit de enquête. Dit zijn vragen met betrekking tot het reisgezelschap (vraag 16 t/m 18). In de daarop volgende paragraaf (§ 4.6.2) worden de resultaten besproken die voortgekomen zijn uit de kruistabellen tussen het reisgezelschap en het type wintersport qua activiteiten. In paragraaf § 4.6.3 (Invloed reisgezelschap op accommodatiekeuze) wordt de invloed van het reisgezelschap op type wintersport qua accommodatie besproken. De invloed van het reisgezelschap op de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie onderneemt en qua accommodatiekeuze is onderzocht door middel van kruistabellen omdat er sprake is van een asymmetrisch effect en de variabelen van nominaal meetniveau zijn, zie hoofdstuk 3 (Methodologie).

§ 4.6.1 Analyse het reisgezelschap algemeen

Uit de resultaten blijkt dat wintersporters binnen de onderzochte populatie voornamelijk op wintersportvakantie gaan met leden van verschillende huishoudens (29%) en vrienden (48%). Overige samenstellingen van reisgezelschap(pen) vertegenwoordigen 23% van de totale steekproef, waarbij studenten(groepen) 11%, reisgezelschap bestaande uit één huishouden 4%, alleen met partner 1% en anders 7% van de totale populatie vertegenwoordigen. Enkele respondenten hebben onder 'anders' ingevuld: eigen organisatie (n = 2), collega's/zakelijke reis (n = 5) en (sport)vereniging (n = 2). Geen van de respondenten

heeft aangegeven alleen op wintersportvakantie te gaan, deze variabele is dan ook niet in de verdere analyses/tabellen opgenomen (zie bijlage 26).

De meeste respondenten hebben aangegeven een groepsgrootte te hebben van 6 tot 10 personen (35 %) en maximaal 5 personen (32 %). Groepen groter dan 15 personen komen voor bij 23 % van de reisgezelschappen. Bijna 10 % van de respondenten gaat met een groep tussen de 10 en 15 personen (zie bijlage 27).

Met betrekking tot wie de uiteindelijke keuze maakt qua wintersportbestemming heeft bijna 70 % van de respondenten aangegeven zijn of haar definitieve bestemming en accommodatiekeuze in overleg met medereizigers te maken. In 11 % van de gevallen maakt slechts één persoon (antwoordmogelijkheid; 'Ikzelf') de keuze en in 11 % had men geen keuze, bijvoorbeeld bij een georganiseerde (studenten)reis. Voor vervolgonderzoek is het aan te bevelen om de optie 'één iemand maakt de keuze/ikzelf' toe te voegen. Dit om onduidelijkheden te voorkomen. Slechts 4 % van de respondenten kreeg (verschillende) opties geboden of is op een andere manier gekomen tot een keuze (zie bijlage 28).

In de volgende paragraaf worden de invloeden van de voorgenoemde drie items (samenstelling, grootte en wie maakt de uiteindelijke keuze?) op de activiteiten (die men tijdens de wintersportvakantie onderneemt) getoetst.

§ 4.6.2 Invloed van het reisgezelschap op activiteiten

Omdat er geen significante resultaten zijn voortgekomen uit de kruistabellen worden alleen de opmerkelijke resultaten besproken per activiteit, te weten; wintersporten, bezoek discotheek/dansgelegenheid, bezoek restaurant, winkelen, bezoek terras en/of eetgelegenheid (op en nabij de piste), après-ski en samen zijn in de accommodatie. In de bijlage treft u een samenvatting van de kruistabel reisgezelschap * activiteiten (bijlage 26). Geen van de in bijlage 26 opgenomen variabelen verklaart een significant deel van de variantie. Ook uit de kruistabellen groepsgrootte en wie de uiteindelijke keuze maakt * type wintersport (activiteiten) zijn geen significante effecten voortgekomen. Een samenvatting van de voorgenoemde twee kruistabellen zijn weergegeven in de bijlage (bijlage 27 en 28).

Wintersporten

Met betrekking tot de invloed van het reisgezelschap, de groepsgrootte en degene die de uiteindelijke keuze maakt zijn geen significante resultaten gevonden. Bij de bespreking van de vorige hypothese is deze bevinding al uitgebreid aan de orde gekomen.

Bezoek discotheek/dansgelegenheid

Met betrekking tot de samenstelling van de groep komt uit de kruistabel naar voren dat studentengroepen evenals reisgezelschappen bestaande uit vrienden vaker dan gemiddeld naar een discotheek/dansgelegen-

heid gaan. Ruim 25% van de respondenten die onderdeel uitmaakten van een studenten(groepen) gaat (vrijwel) dagelijks naar een discotheek of dansgelegenheid, wat 2,5 keer hoger ligt dan het totaal gemiddelde van 11%. Bijna 35% van de respondenten die onderdeel uitmaakten van een studenten(groep) gaat 3 tot 5 keer per week. Hiermee liggen zowel vriendengroepen als studentengroepen boven het gemiddelde van het totaal aantal respondenten.

Hoewel niet significant, neemt het discotheek/dansgelegenheid bezoek toe naarmate de groep groter wordt. Groepen groter dan 10 personen bezoeken boven gemiddeld een discotheek of dansgelegenheid. Respectievelijk gaan respondenten die onderdeel uitmaken van een groep van 11 tot 15 personen in 37% vaker dan drie keer per week tot (vrijwel) dagelijks naar een discotheek/dansgelegenheid. Bij groepen groter dan 15 personen ligt dit percentage op 39%, terwijl het gemiddelde over de gehele populatie 31% bedraagt. Helaas is dit verschil in percentages toe te schrijven aan toeval, omdat de gevonden resultaten niet significant zijn.

Restaurant (voor avondeten)

Significante resultaten met betrekking tot het restaurantbezoek zijn niet gevonden, maar wat wel uit de gegevens valt op te maken is, dat kleinere groepen vaker in de accommodatie het avondeten zelf bereidt in tegenstelling tot grotere groepen, zie bijlage 27. Oorzaak kan wellicht gevonden worden in het feit dat (zelf) koken voor kleinere groepen eenvoudiger is dan voor grotere gezelschappen.

Winkelen/(fun) shoppen

Winkelen/(fun)shoppen is een activiteit die slechts door een enkele wintersporter überhaupt tijdens de wintersportvakantie ondernomen wordt. De samenstelling van het reisgezelschap heeft, zoals reeds vastgesteld, geen significante invloed.

Iets drinken op een terras (op en nabij de piste) en bezoek eetgelegenheid (op en nabij de piste)

Met betrekking tot de samenstelling van het reisgezelschap is het opvallend dat het terras en eetgelegenheid bezoek op en nabij de piste (procentueel) vaker dan het totaal gemiddelde worden ondernomen door stelletjes (reisgezelschap mét partner) en door respondenten die aangegeven hebben met een ander reisgezelschap op wintersport te zijn geweest dan de geboden opties.

Voor wat betreft de groepsgrootte is gevonden dat het bezoeken van het terras en/of een eetgelegenheid op en nabij de piste voor respondenten die onderdeel uitmaken van een 'grotere' groep (+10 personen) vaker dan gemiddeld een terras of eetgelegenheid op de piste bezoeken.

Après-ski

Opvallend is dat studenten en vriendengroepen bovengemiddeld après-skiën. Reisgezelschappen bestaand uit (meerdere) huishoudens ‘après-skiën’ onder het gemiddelde. Deze bevinding komt overeen met de gevonden percentages van ‘in de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten de gehele avond’ (zie volgende alinea). Deze activiteit wordt onder gemiddeld ondernomen door studenten en vriendengroepen en bovengemiddeld door reisgezelschappen bestaand uit (meerdere) huishoudens.

In de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten (de gehele avond)

Kleinere groepsgroottes (tot 10 personen) brengen vaker dan het totaal gemiddelde de gehele avond door in de accommodatie met reisgenoten (minimaal 3 keer per week tot (vrijwel) dagelijks).

§ 4.6.3 Invloed reisgezelschap op accommodatiekeuze

Om de invloed van de samenstelling van het reisgezelschap, de groepsgrootte en wie de uiteindelijke bestemming en accommodatiekeuze maakt, op de accommodatiekeuze te toetsen is er evenals bij de voorgaande analyses, gebruikgemaakt van kruistabellen. Dit omdat zowel de onafhankelijke als de afhankelijke variabelen van nominaal meetniveau zijn, zie hoofdstuk 3 (Methodologie). De samenvatting van de kruistabel Reisgezelschap * de accommodatiekeuze is weergegeven in tabel 4.32. Geen van de verbanden in tabel 4.32 zijn significant. Daarom wordt er overgegaan op de bespreking van de meest opmerkelijk gevonden resultaten.

Tabel 4.32

*Samenvatting kruistabellen reisgezelschap * de accommodatiekeuze (Sportura / Chalet Travel)*

			Type wintersport qua accommodatie			
			Chalet Travel	Sportura Reizen	Totaal	Sig.
Reisgezelschap (Samenstelling)	Met leden eigen huishouden	Percentage (%)	5,5	2,6	3,3	
	Met leden uit meerdere huishoudens	(“)	45,5	22,7	28,7	
	Vrienden	(“)	40	51,9	48,8	
	Partner	(“)	1,8	1,3	1,4	
	Georganiseerde studentenreis	(“)	.	14,9	11	
	Anders	(“)	7,3	6,5	6,7	
Groepsgrootte	2-5 personen	Percentage (%)	16,4	37,5	31,9	***
	6-10 personen	(“)	36,4	34,9	35,3	
	11-15 personen	(“)	21,8	5,3	9,7	
	>15 personen	(“)	25,5	22,4	23,2	
Wie maakt de uiteindelijke keuze ...	Ikzelf	Percentage (%)	18,2	8,4	11,0	*
	In overleg met medereizigers	(“)	76,4	67,5	69,9	
	Keuze uit een aantal opties	(“)	3,6	4,5	4,3	
	Ik had geen keuze	(“)	1,8	14,9	11,5	
	Anders	(“)	.	4,5	3,3	
Totaal			26,3	73,7	100	

Noot.

Geen van de respondenten heeft te kennen gegeven alleen op wintersportvakantie te gaan; ‘Alleengaand’ en groepsgrootte ‘1’ is daarom uit de tabel en de verdere analyses gelaten.

$\chi^2 = *p<.05, **p<.01, ***p<.001$

De modus qua reisgezelschap over de gehele populatie zijn vrienden (groepen) die 49% van het totaal aantal respondenten vertegenwoordigt. Onder de Sportura clientèle is dit percentage zelfs hoger (52%). Opvallend is dat de modus (het meest gangbare reisgezelschap) bij Chalet Travel, niet vrienden (groepen) zijn, maar reisgezelschappen bestaande uit meerdere huishoudens (45%). Georganiseerde studentenreizen gaan helemaal niet met Chalet Travel, terwijl deze 15% van de totale Sportura Reizen clientèle vertegenwoordigd. Qua groepsgrootte zijn er ook verschillen tussen Chalet Travel en Sportura. Met Chalet Travel gaan groepen tot 6 personen in slechts 16% van de gevallen in tegenstelling tot bij Sportura Reizen (37%). Groepen groter dan 10 personen vormen 47% van de totale Chalet Travel clientèle en slechts 28% van de totale Sportura Reizen clientèle. Het verband tussen de groepsgrootte en de accommodatiekeuze is dan ook significant.

Ook de effecten tussen wie de uiteindelijke keuze maakt en de accommodatiekeuze is significant. Overleg met medereizigers vindt in de meeste gevallen plaats als het gaat om de bestemming en accommodatiekeuze. De optie 'ik had geen keuze' is bij Chalet Travel slechts door één respondent ingevuld (2% van het totaal aantal Chalet Travel reizigers) tegenover 15% van het totaal Sportura Reizigers. Dit verschil ligt vermoedelijk in het feit dat georganiseerde studentenreizen (waarbij een individu geen 'keuze' heeft) niet bij Chalet Travel te vinden zijn (zie tabel 4.32).

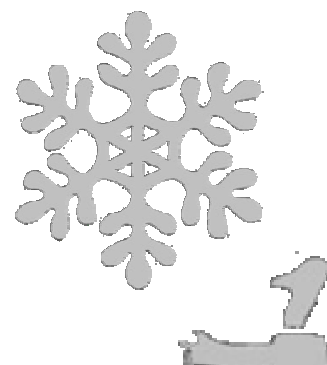
Conclusie Exploratief gedeelte / Reisgezelschap

Helaas zijn er uit het exploratief gedeelte weinig significante resultaten naar voren gekomen. Wel zijn er in de voorgaande analyses enkele opmerkelijke resultaten besproken. Samenvattend kan gesteld worden dat studenten en vriendengroepen, in tegenstelling tot reisgezelschappen die bestaan uit (meerdere) huishoudens, meer onder de Sportura Reizen clientèle te vinden zijn. De activiteiten die men tijdens de wintersport onderneemt zijn dan ook verschillend voor Chalet Travel en respectievelijk Sportura Reizen reizigers met uitzondering van wintersporten (>95% (vrijwel) dagelijks) en winkelen/(fun)shoppen (>90% (vrijwel) nooit). De samenstelling en de groepsgrootte van het reisgezelschap heeft dus wel degelijk invloed op de activiteiten die men tijdens de wintersport ontplooit.

De 'gastronomische' activiteiten (bijvoorbeeld bezoek restaurant, terras of eetgelegenheid) die men onderneemt tijdens de wintersport zijn voor verschillende samenstellingen van reisgezelschappen en groepsgroottes anders. Het bezoek aan bijvoorbeeld een restaurant, terras of eetgelegenheid wordt vaker gedaan door grotere groepen dan door kleinere. Dit heeft vermoedelijk te maken met logistieke redenen. Het koken voor grotere groepen (+10 personen) vergt meer tijd en inspanning dan voor kleinere groepen. Of dat deze activiteiten gezamenlijk ontplooid worden, is niet in dit onderzoek opgenomen en dat is dan ook een aanbeveling voor vervolgonderzoek.

Het discotheek/dansgelegenheidsbezoek is onder studenten en vriendengroepen hoger dan het gemiddelde. Daarnaast is het gezellig samenzijn in de accommodatie (de gehele avond) 'populairder' onder reisgezelschappen bestaande uit (meerdere) huishoudens, vermoedelijk (meerdere) gezinnen. Deze verschillen komen dan ook tot uiting in zowel de kruistabellen (samenstelling) reisgezelschap en type wintersport qua accommodatie (verschil tussen Chalet Travel en Sportura Reizen). Deze verschillen gelden ook voor het bezoek aan een gezellig barretje of après-ski. Hieraan zou dezelfde reden ten grondslag kunnen liggen als bij het bezoek aan restaurant, terras of eetgelegenheid.

Hoofdstuk 5 – Conclusies en discussie



5] Hoofdstuk 5 – Conclusie en discussie

In dit hoofdstuk worden alle onderzoeksvragen aan de orde gesteld en er wordt hierop een antwoord gegeven. Dit is omschreven in de volgende paragraaf § 5.1 en de bijbehorende subparagrafen. In de paragraaf die daarop volgt § 5.2 worden de aanbevelingen gegeven. In de laatste paragraaf (§ 5.3) wordt een reflectie gegeven op het onderzoeksproces en worden aanbevelingen gedaan met betrekking tot een eventuele vervolgstudie.

§ 5.1 Onderzoeksvragen en Hypothesen

In deze paragraaf staan de onderzoeksvragen, zoals geformuleerd in hoofdstuk 2 (Theoretisch kader) centraal. De beantwoording zal per onderzoeksvraag besproken worden in de nu volgende (sub)paragrafen.

§ 5.1.1 De invloed van de achtergrondvariabelen op accommodatiekeuze

De eerste onderzoeksvraag had betrekking op de invloed van de achtergrondvariabelen, met speciale interesse voor de leeftijd en het inkomen van de respondenten, op de accommodatiekeuze. De eerste onderzoeksvraag (1) was als volgt geformuleerd: *“Is er een directe invloed van het inkomen en de leeftijd op de accommodatiekeuze, voor respectievelijk Sportura Reizen c.q. Chalet Travel?”*

Uit de kruistabellen komen enkele significante samenhangen naar voren van zowel de invloed van het inkomen als van de leeftijd op de accommodatiekeuze. Hoe hoger het inkomen, hoe groter de waarschijnlijkheid dat een respondent de wintersportvakantie heeft geboekt bij Chalet Travel. Voor leeftijd geldt dat hoe ouder men is, hoe vaker bij Chalet Travel wordt geboekt. Op het eerste gezicht lijkt daarmee de onderzoeksvraag beantwoord; het inkomen en de leeftijd hebben een directe invloed op de gekozen accommodatie. Maar, wanneer alle overige achtergrondvariabelen aan de analyses worden toegevoegd (model 2) blijkt het zelfstandige effect van zowel het inkomen als de leeftijd te veranderen. Met betrekking tot de overige achtergrondvariabelen die in de analyses zijn opgenomen blijkt dat ook onder enkele van deze variabelen significante resultaten opleveren, waaronder maatschappelijke positie, gezinssituatie en het opleidingsniveau. Het inkomen verliest in zijn geheel haar (significante) effect.

Respondenten van onder de 25 jaar boeken eerder bij Sportura Reizen en respondenten ouder dan 25 jaar boeken eerder bij Chalet Travel. Uit de resultaten blijkt rond de aangegeven leeftijd van 25 jaar een ‘breekpunt’ te bestaan. Vermoedelijk heeft dit te maken met de levensfase waarin de respondenten verkeren. Dit blijkt ook uit de verhouding tussen fulltime en parttime werkenden (maatschappelijke positie). ‘Slechts’ 59% van de Sportura Reizen clientèle is parttime of fulltime werkend in tegenstelling tot 80% van de Chalet Travel clientèle. Het significante effect van leeftijd wordt ‘wegverklaard’ wanneer alle overige achtergrondvariabelen in de analyse worden opgenomen. Slechts één achtergrondvariabele blijkt dan significant, namelijk thuiswonend.

Thuiswonenden boeken vaker bij Sportura Reizen dan bij Chalet Travel, wat de gevonden resultaten uit de kruistabellen bevestigt. Een verklaring hiervoor kan liggen in het feit dat het product Sportura Reizen beter toegesneden is op de kleinere portemonnee én een jongere doelgroep. Over het algemeen zijn thuiswonenden jonger dan 25 jaar. Daarnaast gaan veel van de thuiswonende wintersportbeoefenaren alleen, zonder ouders of opvoeders, op wintersportvakantie.

Opvallend aan de hiervoor beschreven resultaten is dat uit de kruistabellen significante invloeden naar voren komen, maar wanneer de zuivere samenhang wordt geanalyseerd (door middel van logistische regressie analyse) deze samenhang wegverklaard wordt. Blijkbaar hangen de achtergrondvariabelen (te sterk samen. Aan dit gevonden resultaat kan ten grondslag liggen het feit dat de steekproef qua achtergrondkenmerken homogeen is. Daardoor verliest de zuivere samenhang haar verklarend vermogen en wordt de invloed wegverklaard. Deze bevinding is in lijn met eerder onderzoek (Richards ,1996) waaruit blijkt dat wintersportbeoefenaren qua achtergrondvariabelen, zoals inkomen, leeftijd en sociale positie, ‘uniform’ te noemen zijn (ibid.).

§ 5.1.2 De invloed van de achtergrondvariabelen op het wintersportverleden

De tweede onderzoeksvraag was als volgt geformuleerd: *“Wat is de invloed van de achtergrondvariabelen op het wintersportverleden?”*

Uit de eerste analyse, waarin alleen inkomen en leeftijd zijn opgenomen als onafhankelijke variabelen op de afhankelijke variabele wintersportverleden, blijkt voor skiërs dat het inkomen een significant effect heeft. Hoe hoger het inkomen, hoe hoger de score op het wintersportverleden. In de regel betekent dit dat een respondent betere vaardigheden bezit, alsmede vaker op wintersportvakantie is geweest. Voor snowboardbeoefenaren blijken zowel het inkomen als de leeftijd geen significant effect te hebben.

Wanneer alle overige achtergrondvariabelen opgenomen worden in de analyse, blijken alleen leeftijd en het opleidingsniveau van de ouders en/of opvoeders een significante invloed te hebben op het wintersportverleden. Dit geldt zowel voor skiërs als voor snowboarders. De leeftijd blijkt een positief effect te hebben, met andere woorden; hoe ouder de respondent, hoe hoger de score op het wintersportverleden. Een verklaring voor dit gevonden resultaat ligt in het feit dat een ‘oudere’ wintersportbeoefenaar ook vaker in de gelegenheid is geweest om op wintersportvakantie te gaan en om daarmee beter op zijn of haar wintersportverleden (beoefeningduur en de wintersportvaardigheden) te scoren.

Ook het opleidingsniveau van de ouders en/of opvoeders heeft een positief effect op het wintersportverleden. Hoe hoger het opleidingsniveau van de ouders en/of opvoeders, hoe hoger de respondent scoort op het wintersportverleden. Dit kan verklaard worden uit het feit dat wintersporten sowieso een activiteit is die door de hogere inkomensklassen of ‘*élitaire doelgroep*’ ondernomen wordt (Williams & Fidgeon, 2000; Richards, 1996). Richards merkt op dat in het verleden opgedane ervaring met

wintersporten, het beoefenen daarvan, zijn weerslag vindt in het (toekomstig) gedrag. De bevindingen van Richards met betrekking tot de invloed van het sportief gedrag in het verleden en de invloed daarvan op het toekomstige gedrag stemmen ook overeen met de bevindingen van ander onderzoek van onder andere Coakley & Donnelly in Elling (2005a), Elling (2005), Gilbert & Hudson (2000), Giljam (1986), Rijpma & Leijns, (1998).

§ 5.1.3 De invloed van het wintersportverleden op motieven

De derde onderzoeksvraag luidde: *“Wat is de invloed van het wintersportverleden op motieven?”*

Uit de analyses zijn enkele significante resultaten naar voren gekomen. Alvorens de invloed van de onafhankelijke variabelen te onderzoeken zijn de items, die samen beoogden motieven te meten, onderworpen aan een factoranalyse. Deze items bestaan uit een aantal stellingen, waarbij de respondenten hun waardering hebben uitgesproken op een 5-puntsschaal van ‘zeer onbelangrijk’ tot ‘zeer belangrijk’. De items hebben betrekking op extrinsieke en intrinsieke motivatie. De extrinsieke meten het belang dat de respondent hecht aan bijvoorbeeld accommodatie, reisgezelschap, après-ski, skigebied, –dorp en –faciliteiten. De intrinsieke items hebben alleen betrekking op (wintersport)motivatie. De bedoeling van de verschillende items is om verschillende schalen te vormen.

Uit deze factoranalyse zijn vier duidelijk onderscheidbare factoren naar voren gekomen. Hierdoor zijn vier type wintersporters te onderscheiden, namelijk de après-skiërs, de gebiedsliefhebbers, de accommodatieliefhebbers en de intrinsieke wintersporters. De variabelen die ontstaan zijn uit de factoren zijn gebruikt voor de verdere analyses als onafhankelijke variabelen.

Voor zowel snowboarders als skiërs geldt dat het wintersportverleden een significante invloed heeft op de gebiedsliefhebbers. Een hoge score op het wintersportverleden mondt dus uit op een hogere score op de items die betrekking hebben op het wintersportgebied en de faciliteiten daarvan. Een verklaring voor dit gevonden resultaat kan liggen in het feit dat gevorderde wintersportbeoefenaren op zoek zijn naar meer uitdagingen (*‘stimulation seeking’*⁸) en die kunnen gevonden worden in de karakteristieken van een skigebied, onder andere gebiedsgrootte en de aanwezigheid van gevarieerde en uitdagende pistes (Richards, 1996).

Naast de gevonden invloed van het wintersportverleden op de motieven zijn uit de analyses ook andere (onvoorziene) significante resultaten naar voren gekomen. Hierna volgt een opsomming. Met betrekking tot de après-skiërs is naar voren gekomen dat het inkomen van de ouders en/of opvoeders van snowboarders een significante invloed heeft. Hoe hoger de opleiding van de ouders en/of opvoeders, van snowboarders, hoe meer belang de snowboarder hecht aan de après-ski. Een eenduidige verklaring is op basis van de resultaten niet te achterhalen, maar het meest waarschijnlijk is dat de voorkeur voor après-ski te maken heeft met aangeleerd of gesocialiseerd gedrag zoals Bourdieu (1991) en Elling (2005) die beschrijven in het

⁸ Gratton in Richards, 1996, p.26

(sport)gedrag gedurende het leven van de mens. Eerder opgedane ervaringen, met in dit geval après-skiën, kunnen het gedrag in de toekomst immers beïnvloeden. Voor snowboarders geldt ook dat hoe ouder zij zijn, hoe meer belang zij hechten aan de gebiedskenmerken. Voor oudere snowboarders kan de voorgaande genoemde *'stimulation seeking'* ook van toepassing zijn. Hoe vaker men de sport heeft beoefend hoe meer men op zoek gaat naar nieuwe uitdagingen en het verbeteren van het niveau (Gratton in Richards, 1996).

Met betrekking tot de beoordeling van de accommodatie is gevonden dat het geslacht en het inkomen significant zijn voor skiërs. Vrouwelijke skiërs blijken hieraan significant meer belang te hechten dan mannen. Een verklaring dat het geslacht van significante invloed is op het belang dat men hecht aan de accommodatie is niet vanuit het theoretisch kader van dit onderzoek te verklaren, maar dit ligt wel in lijn met de hegemoniale en rolbevestigende opvattingen van onze maatschappij (Elling, 2005b). Deze opvattingen behelzen dat het gedrag tussen mannen en vrouwen verschilt en is name berust op vooroordelen en/of maatschappelijke opvattingen over dit gedrag. Qua inkomen is deze uitkomst wel in lijn met de bedrijfsmissie die Sportura Travel heeft opgesteld.

Verder is gebleken dat de gezinssituatie van significante invloed is op de intrinsieke skiër. Niet-alleenwonende skiërs hechten meer waarde aan intrinsieke elementen van de wintersport zoals de gezondheid verbeteren, de gezonde berglucht en het ontsnappen aan het dagelijks leven. Alleenwonende skiërs (veelal studenten) hechten hier significant minder waarde aan en zijn meer te vinden onder de 'après-skiërs'.

§ 5.1.4 De invloed van motivatie op activiteiten en accommodatiekeuze

De vierde onderzoeksvraag luidde: *"Is het type motivatie, respectievelijk intrinsieke en extrinsieke motivatie, van invloed op de accommodatiekeuze en de activiteiten die worden ontplooid tijdens de wintersportvakantie?"*

Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat skiërs die veel waarde hechten aan het après-skiën, en tot dit type wintersporter behoren, significant eerder Chalet Travel verkiezen boven Sportura Reizen. Daarnaast ontplooit deze groep après-skiën als activiteit vaker tijdens de wintersportvakantie. Ook bezoeken zij significant vaker een discotheek of dansgelegenheid. Deze groep wintersporters (de après-skiërs) is met name als extrinsiek aan te merken. Deze bevinding is in lijn met de gestelde hypothese dat extrinsieke wintersporters Chalet Travel boven Sportura Reizen verkiezen, en dat zij meer waarde hechten aan après-skiën.

De accommodatieliefhebbers daarentegen brengen vaker de gehele avond door in de accommodatie en dit type wintersporter is significant meer te vinden onder de Chalet Travel clientèle. Hierbij is direct het verband tussen motivatie/motieven te leggen en de accommodatiekeuze.

Dat de motieven invloed hebben op de activiteiten die wintersporters ontplooiën tijdens de wintersportvakantie en de accommodatiekeuze is evident, zo blijkt uit de resultaten. Een onderverdeling

daarentegen tussen uitgesproken intrinsieke en extrinsieke wintersporters, qua motivatie, is (helaas) niet te maken. Hoewel dit onderscheid wel is verondersteld in het theoretisch kader. Een oorzaak waardoor dit komt is dat bijna alle respondenten hebben aangegeven dagelijks te skiën of te snowboarden, wat een uitgesproken intrinsieke activiteit is. Tegelijkertijd geeft ook het overgrote gedeelte van de respondenten aan overige activiteiten te ontplooiën, bijvoorbeeld het bezoeken van een terras, après-skiën en het bezoeken van een eetgelegenheden. Daardoor is een onderverdeling tussen respectievelijk intrinsieke en extrinsieke gemotiveerde wintersporters, en de invloed van deze typen motivatie op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersport ontplooit, niet te maken. De wintersportvakantie vormt een mix van zowel intrinsieke als extrinsieke activiteiten en motieven.

§ 5.1.5 De invloed van het reisgezelschap op activiteiten en accommodatiekeuze

De vijfde onderzoeksvraag had betrekking op de invloed het reisgezelschap op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie ontplooit, en luidde als volgt: *“Wat is de invloed van het reisgezelschap op de accommodatiekeuze en de activiteiten die worden ontplooid tijdens de wintersportvakantie?”*

Met betrekking tot het reisgezelschap en de invloed daarvan op hiervoor genoemde variabelen zijn geen hypothesen opgesteld. De onderzoeksvraag is dus exploratief in dit onderzoek opgenomen. Uit de analyses zijn geen significante resultaten naar voren gekomen. Wel zijn er een aantal tendensen aan het licht gekomen. Met betrekking tot de invloed van het reisgezelschap op de accommodatiekeuze, is gevonden dat studenten- en vriendengroepen in relatieve zin meer vertegenwoordigd zijn onder de Sportura Reizen clientèle. Voor Chalet Travel geldt dat onder deze populatie veel reisgezelschappen te vinden zijn bestaande uit leden van meerdere huishoudens of gezinnen.

Ook qua activiteiten die de reisgezelschappen ontplooiën tijdens de wintersportvakantie zijn er verschillen te vinden tussen de Sportura Reizen en respectievelijk Chalet Travel reizigers. Er is een tendens te zien dat de gehele avond doorbrengen in de accommodatie relatief vaker wordt ondernomen door reisgezelschappen die bestaan uit leden van meerdere huishoudens. Het bezoeken van een discotheek of dansgelegenheden wordt relatief vaker ondernomen door reisgezelschappen die bestaan uit studenten- en vriendengroepen.

De gevonden tendensen tonen sterke parallellen met eerder gevonden resultaten met betrekking tot onderzoeksvraag vier. Hieruit zijn vier typen wintersporters naar voren gekomen, zoals besproken in de vorige paragraaf, welke te onderscheiden zijn op basis van motieven. Hieruit was op te maken dat wintersporters die veel waarde hechten aan de accommodatie, significant vaker voor Chalet Travel kiezen. De wintersporters die veel waarde hechten aan de après-ski georiënteerde motieven, kiezen significant vaker voor Sportura Reizen.

Uit pragmatische overwegingen valt op te maken dat studenten zich wellicht meer bevinden onder de après-skiërs en reisgezelschappen bestaande uit meerdere huishoudens of gezinnen zich meer bevinden onder de accommodatieliefhebbers. Helaas is deze bewering niet op significantie te toetsen omdat de variabele maatschappelijke positie aan de analyses is onttrokken. Dit in verband met de gevonden multicollineariteit die deze variabele vertoonde met inkomen. Het verdient de aanbeveling voor vervolgonderzoek om dit verband op significantie te toetsen, daar waar dit onderzoek slechts niet verder komt dan de gevonden parallel en de bewering dat de samenstelling van het reisgezelschap invloed heeft op de motieven of wellicht vise versa.

§ 5.2 Beantwoording algemene onderzoeksvraag

Uit de in dit onderzoek uitgevoerde analyses en de resultaten die daaruit voort gekomen zijn, blijkt dat er vier verschillende typen wintersporters te onderscheiden zijn namelijk; de après-skiërs, de gebiedsliefhebbers, de accommodatieliefhebbers en de intrinsieke wintersporters. Deze verschillende typen wintersporters hebben verschillende motieven om op wintersportvakantie te gaan. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat het behoren tot een bepaald type wintersporter significante effecten heeft op de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens zijn of haar wintersportvakantie ontplooit. Hoewel de resultaten van dit onderzoek niet hebben geleid tot uitgekristalliseerde typen wintersporters, qua achtergrondkenmerken, is wel duidelijk dat wintersporters te onderscheiden zijn. Daarnaast heeft dit onderzoek aangetoond dat 'pure' segmentatie op inkomen en leeftijd alleen niet leidt tot duidelijk definieerbare doelgroepen.

Door dit onderzoek is er een beter inzicht verkregen in de factoren die van invloed zijn op de wintersportkeuze en dit onderzoek vormt een aanvulling op het onderzoek dat reeds gedaan is naar wintersporters. Wetenschappelijk zijn de resultaten van dit onderzoek relevant omdat het gebruikt kan worden naast het reeds bestaande, met name cijfermatige, onderzoek naar deze groep. Praktische relevantie van dit onderzoek is dat de resultaten met name bruikbaar zijn voor aanbieders van wintersportvakanties in het algemeen, maar Sportura Travel in het bijzonder. Het belangrijkste verkregen resultaat voor Sportura Travel is, dat is aangetoond dat het inkomen en de leeftijd geen zelfstandige significante invloed hebben op de keuze tussen respectievelijk Sportura Reizen en Chalet Travel. Een ander inzicht dat verkregen is, is dat er andere factoren (mede) van invloed zijn op deze keuze zoals het wintersportverleden en de motieven. Dit laatste resultaat kan wellicht ook interessant zijn voor andere aanbieders van wintersportvakanties. Dit verkregen inzicht vormt in zekere mate de voltooiing van het onderzoeksdoel welke besproken wordt in de nu volgende paragraaf.

§ 5.3 Onderzoeksdoel, reflectie en aanbevelingen

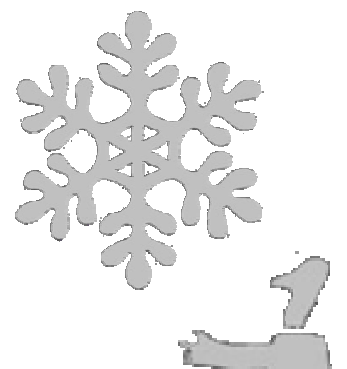
Het onderzoeksdoel luidde als volgt: *“Inzicht verkrijgen in de factoren die van invloed zijn op de accommodatiekeuze en de activiteiten die reizigers van Sportura Travel tijdens de wintersportvakantie ontplooien, teneinde vraag en aanbod beter op elkaar aan te laten sluiten”*. Vanuit het theoretisch kader is een aantal factoren naar voren gekomen, dat is opgenomen in het conceptueel model en in de analyses. Het betrof de factoren achtergrondvariabelen, het wintersportverleden, motieven, het reisgezelschap, de activiteiten die men ontplooit tijdens de wintersportvakantie en de accommodatiekeuze. Uit de analyses is een aantal significante invloeden naar voren gekomen. Zoals eerder gesteld is het belangrijkste gevonden resultaat dat verkregen is door middel van dit onderzoek dat de segmentatiestrategie op basis van inkomen en leeftijd alleen (zie § 1.2 Probleem- en Doelstelling) het beste herzien kan worden. Beter passend is een segmentatiestrategie op basis van verschillende typen wintersporters. Uit dit onderzoek is in ieder geval op te maken dat de accommodatiekeuze en de activiteiten die men tijdens de wintersportvakantie onderneemt, in grote mate bepaald worden door het type wintersporter dat iemand is en niet door het inkomen en de leeftijd alleen. De vier typen wintersporters die naar voren zijn gekomen aan de hand van de analyses zijn de après-skiërs, de gebiedsliefhebbers, de accommodatieliefhebbers en de intrinsieke wintersporters. Het eerste type wintersporter heeft te kennen gegeven dat zij veel waarde hechten aan de aanwezigheid van restaurants, (après-ski) barretjes en discotheken/dansgelegenheden. Deze groep is met name student en jonger dan 25 jaar en met name te vinden onder de Sportura Reizen clientèle. De gebiedsliefhebbers hebben met name te kennen gegeven veel waarde te hechten aan de kenmerken van het skigebied zoals de grootte, de aanwezigheid van gevarieerde pistes en goede faciliteiten zoals de ligging van de skilift ten opzichte van de accommodatie. Een uitgesproken of significante voorkeur voor Chalet Travel of Sportura Reizen is niet naar voren gekomen. De accommodatieliefhebbers hebben te kennen gegeven het meeste belang te hechten aan het luxe niveau en het aantal slaapkamers van de accommodatie. Deze groep is significant meer te vinden onder de Chalet Travel clientèle. De laatst genoemde type wintersporter heeft te kennen gegeven dat de gezonde berglucht, het ontsnappen aan het dagelijkse leven en het verbeteren van de gezondheid en de eigen wintersportvaardigheden de belangrijkste motieven zijn. Evenals bij de gebiedsliefhebbers is een duidelijk significant tussen dit type wintersporter en respectievelijk Sportura Reizen of Chalet Travel niet gevonden. Het management van Sportura Travel zou dan ook meer moeten kennis moeten vergaren ten aanzien van de verschillende type wintersporters en de segmentatiestrategie moeten aanpassen.

Uit de resultaten van dit onderzoek is wel naar voren gekomen dat er verschillende typen wintersporters zijn. Ook is naar voren gekomen dat het inkomen en de leeftijd alleen niet de uiteindelijke keuze voor Sportura Reizen of Chalet Travel bepalen. Daarnaast is aangetoond dat de verschillende type wintersporters ook verschillen laten zien wat betreft de activiteiten die zij ontplooien tijdens de wintersportvakantie. Een aantal verbanden in het conceptueel model is aangetoond, maar voor vervolg

onderzoek dient een aantal concepten verder uitgediept te worden om tot betere resultaten te kunnen komen.

Een meer inhoudelijke en praktische aanbeveling voor vervolgonderzoek heeft betrekking op de ingeschatte vaardigheden door de respondent. Hierbij moet meer rekening gehouden worden met de verschillende technieken van skiën en snowboarden. Zo is een zwarte piste moeilijker begaanbaar voor een snowboarder en is off-piste, een ongeprepareerde piste met vaak zogenaamde 'tiefsnee' of 'poedersneeuw', moeilijker begaanbaar voor skibeoefenaren. Het is dan ook logisch dat skiërs vaker te kennen hebben gegeven, zwarte pistes te nemen en dat snowboarders vaker te kennen geven off-piste te gaan. Van een continue variabele, waar in dit onderzoek (vooraf) vanuit is gegaan, is dan eigenlijk geen sprake. Omdat in dit onderzoek, tijdens de uitwerking daarvan, het voorgaande punt is onderbouwd door de analyses apart uit te voeren voor zowel snowboard als voor skibeoefenaren is de steekproefgrootte 'gehalveerd'.

Verder moeten in vervolgonderzoek de motieven, die intrinsieke en extrinsieke motieven beoogden te meten, scherper geformuleerd worden, zoals eerder is aangegeven. Dit om bij factoranalyse een betere scheiding te krijgen van de intrinsieke en extrinsieke factoren als deze zich vormen. Wat wellicht ook een mogelijkheid is, is dat de intrinsieke en extrinsieke motieven van wintersporters zeer nauw met elkaar verweven zijn. Immers is uit dit onderzoek gebleken dat het (actief) beoefenen van wintersporters door vrijwel alle respondenten dagelijks ondernomen wordt, waarvoor elke respondent enige vorm van intrinsieke motivatie bezit. Ook worden veel van de 'extrinsieke' activiteiten, blijkbaar inherent verbonden aan wintersporten zoals après-skiën, terras- en eetgelegenhedenbezoek (op en nabij de piste), door bijna alle respondenten, vrijwel dagelijks ondernomen. Een scherp onderscheid tussen uitgesproken intrinsieke en extrinsieke wintersportbeoefenaren is daardoor een (bijna) onmogelijke opgave. Een methode om wellicht dat onderscheid scherper te onderzoeken is om de activiteiten die men onderneemt tijdens de wintersport te observeren of de respondenten te vragen de activiteiten te kwantificeren door middel van een dagboek. Wellicht dat dit tot andere en betere inzichten kan leiden, omdat de activiteiten die naast het wintersporten ontplooid worden hun weerslag moeten hebben op het aantal uur dat men daadwerkelijk wintersporten beoefend. Pragmatisch omschreven: Een wintersporters die (vrijwel) dagelijks een discotheek of dansgelegenheden bezoekt zal naar alle waarschijnlijkheid minder uur per dag(deel) of minder dagen tijdens de gehele wintersportvakantie ook daadwerkelijk een wintersport beoefenen. In het kader van dit onderzoek is slechts aangegeven dat 97% van de respondenten (vrijwel) dagelijks wintersporten beoefent, en daarmee als intrinsiek gemotiveerd valt te omschrijven, maar wellicht dat observatie of de registratie van tijdsbesteding een ander inzicht hierin geeft.



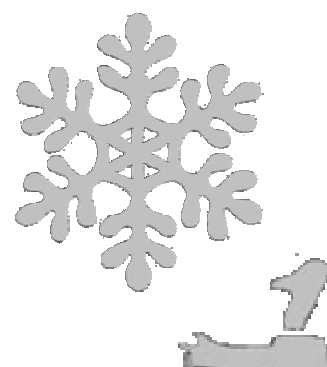
Literatuurlijst

- ANVR. (2005) Vakanties 2005: reizen in cijfers. Opgehaald 12 januari, 2006, van <http://www.anvr.nl/anvr/onderwerpen/bekijkavronderwerp.asp?id=5489>
- Bourdieu, P. (1991). Sport and social class. In Muckerji, C. en Schudson, M. (red.), *Rethinking popular culture, contemporary perspectives in cultural studies* (p.357-373). Los Angeles: University of California press.
- Breedveld, K. (2003). Sport en cohesie: de relatie tussen sportdeelname en sociaal kapitaal. In Goossens, R., Lucassen, J., Ooijendijk, W., Hildebrandt, V., Stiggelbout, M., Poel, H. van der en Bottenburg, M van (red.), *Rapportage sport 2003* (p.247-283). Den Haag: SCP.
- Gilbert, D. & Hudson, S. (2000) Tourism demand constraints, a skiing participation. *Annals of tourism research*, 27(4), p.906-925.
- Giljam, M. (1986) Sportgedrag en levensloop. Amersfoort: Giordano Bruno
- Elling, A. (2005a) Social capital, bonding and inequalities in sport. Ongepubliceerd paper, Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Elling, A. (2005b) Contemporary themes: 'Bonding in sport careers', Sociaal kapitaal, binding en ongelijkheid in sportloopbanen. Tilburg: Interne uitgave Universiteit van Tilburg.
- Hempelman, R. & Osselton, N. (red.) (2003) *Van Dale pocketwoordenboek Engels – Nederlands*. Utrecht/Antwerpen: Van Dale Lexicografie.
- KU Leuven (2006a) Extrinsieke motivatie. Opgehaald 14 februari, 2006, van <http://www.kuleuven.ac.be/algidid/difdyn1.php3?klikt=cmaps5tmo312-01enr=1enstudnr=>
- KU Leuven (2006b) Intrinsieke motivatie. Opgehaald 14 februari, 2006, van <http://www.kuleuven.ac.be/algidid/difdyn1.php3?klikt=cmaps5tmo311-01enr=1enstudnr=>
- Putnam, R. (2000) *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon en Schutser.
- Richards, G. (1998) 'Skilled consumption and UK ski holidays.' *Tourism Management*, 17(1), p.25-34.
- Rijpma, S. & Leijs, H. (1998) *Midlife-sporters Waarom stoppen zij?* Rotterdam: Rapport van Centrum voor Onderzoek en Statistiek (COS), (opdrachtgever: NOC*NSF)
- TAQT. (2006) Het netwerk ABC. Opgehaald 14 februari, 2006, van <http://www.taqt.nl/docs/NetwerkABC.pdf>
- Williams, P. & Fidgeon, P. (2000) Addressing participation constraint: a case study of potential skiers. *Tourism Management*, 21(1), p.379-393.

Geraadpleegde websites

www.anvr.nl	Webportal Algemeen Nederlands Verbond van Reisondernemingen
www.cbs.nl	Webportal Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)
www.chalettravel.be	Webportal Chalet Travel België
www.chalettravel.nl	Webportal Chalet Travel Nederland
www.gettyimages.nl	On-line afbeeldingen en foto databank (kaft en titelblad)
www.kuleuven.ac.be	Webportal Katholieke Universiteit Leuven
www.schrijfcentrum.nl	Forum voor communicatieve vaardigheden in het hoger onderwijs
www.sportura.com	Webportal Sportura Ski en board, shortski and chalet holidays!! Link naar o.a. Sportura.nl, Sportura.be, Wastelandski.co.uk en Yetitravel.de.
www.statline.nl	Gegevens databank Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)
www.uvt.nl	Webportal Universiteit van Tilburg
www.vandale.nl	On-line woordenboek (Nederlands)
www.wintersporters.nl	Webportal voor wintersporters voor o.a.: nieuws, weer, verkeer, gebiedsinfo en meer.

Bijlage



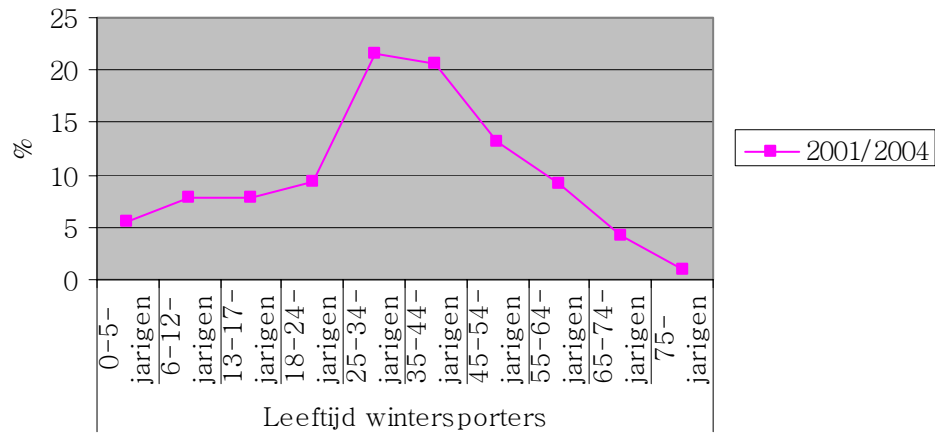
Bijlage

BIJLAGE 1	GRAFIEK 1: WINTERSPORTERS NAAR LEEFTIJD
BIJLAGE 2	STAAFDIAGRAM 1: SAMENSTELLING REISGEZELSCHAP
BIJLAGE 3	ENQUÊTE
BIJLAGE 4	MAIL NAAR RESPONDENT N.A.V. GESPREK
BIJLAGE 5	MAIL NAAR RESPONDENT N.A.V. VOICEMAIL
BIJLAGE 6	HERINNERINGSMAIL
BIJLAGE 7	DE ONDERZOEKSPAGINA: WWW.WATDOEJIJDEZEWINTER.NL
BIJLAGE 8	KRUISTABEL: LEEFTIJD * ACCOMMODATIEKEUZE
BIJLAGE 9	KRUISTABEL: MAATSCHAPPELIJKE POSITIE * GEZINSSITUATIE
BIJLAGE 10	LOGISTISCHE REGRESSIES: Y=INKOMEN EN LEEFTIJD
BIJLAGE 11	FREQUENTIES: PISTE VAARDIGHEDEN
BIJLAGE 12	FREQUENTIES: AANTAL DAGEN PER JAAR OP WINTERSPORT
BIJLAGE 13	KRUISTABEL: OPLEIDINGSNIVEAU OUDERS/OPVOEDERS * DUUR
BIJLAGE 14	FREQUENTIES: VRAAG 9 EN 10
BIJLAGE 15	SCREE PLOT
BIJLAGE 16	KRUISTABEL: SKI/SNOWBOARD * GESLACHT
BIJLAGE 17	KRUISTABEL: GEZINSSITUATIE * MAATSCHAPPELIJKE POSITIE
BIJLAGE 18	KRUISTABEL: GEZINSSITUATIE (SKI) * GEZONDE BERGLUCHT
BIJLAGE 19	KRUISTABEL: PISTE VAARDIGHEDEN * OPLEIDING OUDERS/OPVOEDERS
BIJLAGE 20	FREQUENTIES: VRAAG 20
BIJLAGE 21	LINEAIRE REGRESSIE: Y=WINTERSPORTEN
BIJLAGE 22	LINEAIRE REGRESSIE: Y=RESTAURANTBEZOEK
BIJLAGE 23	LINEAIRE REGRESSIE: Y=SHOPPEN
BIJLAGE 24	LINEAIRE REGRESSIE: Y=TERRASBEZOEK
BIJLAGE 25	LINEAIRE REGRESSIE: Y=BEZOEK EETGELEGENHEID
BIJLAGE 26	KRUISTABEL: SAMENSTELLING REISGEZELSCHAP * ACTIVITEITEN
BIJLAGE 27	KRUISTABEL: GROEPSGROOTTE * ACTIVITEITEN
BIJLAGE 28	KRUISTABEL: HOOFDBESLISSER * ACTIVITEITEN

Bijlage 1

Grafiek 1: Wintersporters naar leeftijd

Leeftijd wintersporters in procenten van het totaal aantal wintersporters tussen de periode 2001/2004

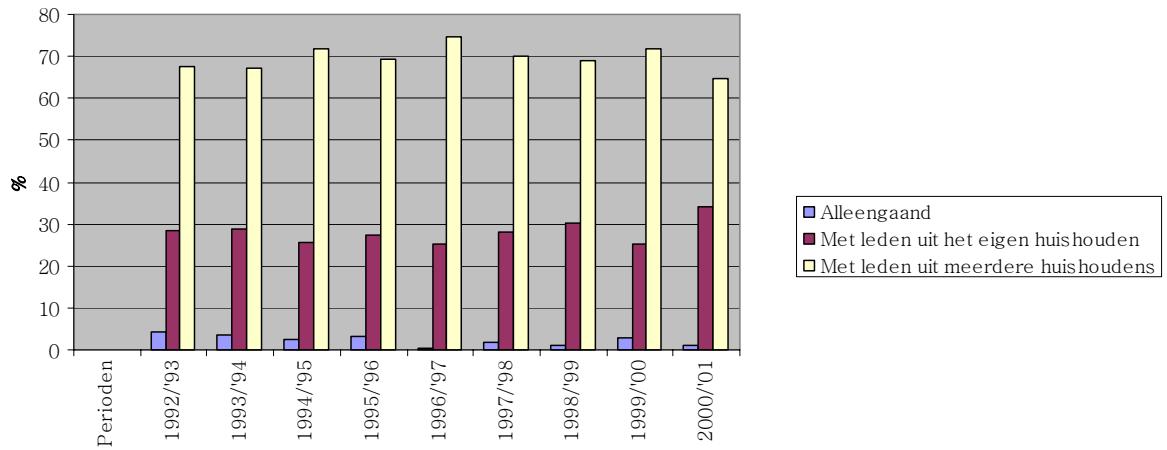


Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (www.statline.nl), 2001-2004

Bijlage 2

Staafdiagram 1: Samenstelling reisgezelschap

Samenstelling reisgezelschap in procenten van het totaal aantal wintersporters tussen de periode 1992/2001



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (www.statline.nl), 1992-2001

Bijlage 3

Enquête

1. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

2. Wat is uw geboortejaar?

19 ____

3. Wat is uw netto (gezins-)inkomen per maand?

- < 500
- 500 - 1000
- 1000 – 2000
- 2000 – 4000
- > 4000

4. Wat is uw maatschappelijke positie?

- Scholier/student
- Werkzoekend
- Werkend (part time)
- Werkend (full time)
- Huisvrouw / huisman
- werkloos/arbeidsongeschikt
- Gepensioneerd
- Anders

5. Hoe zou u op dit moment uw gezinssituatie beschrijven?

- Thuiswonend bij ouders/voogd
- Alleenwonend (inclusief in studentenhuis of verzorgingsflat)
- Alleenstaande ouder met thuiswonende kinderen
- Samenwonend/getrouwd *zonder* (thuiswonende) kinderen
- Samenwonend/getrouwd *met* thuiswonende kinderen
- Anders

6. Wat is uw hoogst voltooide of momenteel gevolgde (vergelijkbare) opleiding?

- Basisonderwijs
- Middelbare school (VMBO, MAVO, etc.)
- Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- Hoger beroepsonderwijs (HBO)
- Wetenschappelijk onderwijs (WO)

7. Wat is de hoogst voltooide (vergelijkbare) opleiding van één van uw ouders/opvoeders?

- Basisonderwijs
- Middelbare school (VMBO, MAVO, etc.)
- Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- Hoger beroepsonderwijs (HBO)
- Wetenschappelijk onderwijs (WO)
- Weet niet

8. Bij welke reisorganisator heeft u uw laatste wintersportvakantie geboekt?

- Chalet Travel
- Sportura Reizen

9. Kunt u aangeven welke aspecten u belangrijk vond bij uw keuze voor respectievelijk Sportura Reizen of Chalet Travel?

	Heel belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Zeer onbelangrijk
Prijs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruimte van de acc. qua slaapkamers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ruimte van de acc. voor gezellig samen zijn met de reisgenoten (gemeenschappelijke ruimte)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luxe niveau van de accommodatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van jacuzzi, zwembad of sauna in de accommodatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ligging van de acc. t.o.v. skilift	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ligging van de acc. t.o.v. après-ski	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ligging van acc. t.o.v. restaurants (voor avondeten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ligging van acc. t.o.v. discotheken, dansgelegenheden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ligging van acc. t.o.v. winkels (funshoppen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Kunt u aangeven hoe belangrijk de volgende aspecten zijn voor u om op wintersportvakantie te gaan?

	Heel belangrijk	Belangrijk	Neutraal	Onbelangrijk	Ze er onbelangrijk
Het actief beoefenen van de wintersport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De gezonde berglucht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mijn vaardigheden verbeteren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het avontuur, de uitdaging	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mijn gezondheid verbeteren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ontsnappen aan het dagelijks leven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van 'funpark' met bijvoorbeeld halfpipe, cross en slopestyle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De grootte van het skigebied	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van gevarieerde en uitdagende pistes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gezelligheid van het dorp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gezelligheid met familie of vrienden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van terrassen (op en nabij de piste)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van eetgelegenheden (op en nabij de piste)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van restaurants (voor avondeten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van gezellige barretjes (après-ski)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van discotheken, dansgelegenheden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van winkels (funshoppen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van lesmogelijkheden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. In hoeverre acht u uzelf bedreven in het beoefenen van de volgende wintersporten?

	Nooit Beoefend	Beginner	Gevorderd	Ver gevorderd	Expert
Ski	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Snowboard	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Langlauf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere sport, nl ____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Welke van de bovenstaande sporten beoefent u het meest tijdens uw (laatste) wintersportvakantie?

Ski	<input type="checkbox"/>
Snowboard	<input type="checkbox"/>
Langlauf	<input type="checkbox"/>
Andere sport	<input type="checkbox"/>

13. Welke piste neemt u zonder problemen? (Slechts één antwoord mogelijk en heeft betrekking op de bij de vorige vraag ingevulde sport.)

- Groen
- Blauw
- Rood
- Zwart
- Off-piste
- Langlaufloipe

14. Hoeveel keer in totaal bent u in uw leven op wintersport geweest?

- < 5
- 5 - 10
- 10 - 15
- 15 - 20
- > 20

15. Hoe oud was u toen u voor het eerst op wintersport ging?

- 0 - 5
- 5 - 15
- 15 - 20
- 20 - 30
- > 30

16. Hoeveel dagen gaat u gemiddeld per jaar op wintersport (excl. reistijd)?

- 1 - 3
- 3 - 5
- 5 - 7
- 7 - 10
- > 10

17. Waaruit bestond uw reisgezelschap de laatste keer dat u met Sportura Reizen/ Chalet Travel op wintersport bent geweest?

- Alleengaand
- Met leden uit eigen huishouden
- Met leden uit meerdere huishoudens
- Vrienden
- Partner
- Georganiseerde studentenreis
- Anders, nl. ____

18. Hoe groot was de omvang van uw laatste groep waarmee u op wintersportvakantie bent geweest?

- 1
- 2 - 5
- 6 - 10
- 11 - 15
- > 15

19. Wie maakt de uiteindelijke keuze voor de wintersportbestemming en accommodatie?

- Ikzelf
- In overleg met de medereizigers
- Ik maak een keuze uit een aantal (voorgelegde) opties door medereizigers
- Ik had geen keuze (bijvoorbeeld bij een georganiseerde reis)
- Anders, namelijk ____

20. Hoe vaak onderneemt u gemiddeld de volgende activiteiten tijdens de wintersportvakantie?

	(Vrijwel) Nooit	1-2 x per week	3-5 per week	(Vrijwel) Dagelijks
Wintersporten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Discotheek / dansgelegenheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restaurant (voor avondeten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shoppen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Iets drinken op een terras (op en nabij de piste)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eetgelegenheid (op en nabij de piste)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In een gezellig barretje (après-ski)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten (de gehele avond)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bijlage 4 ***Mail naar respondent n.a.v. gesprek***

Onderwerp: Onderzoek naar wintersporters

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van ons telefoongesprek volgt deze mail!

Alvast hartelijk dank voor uw deelname!

Nogmaals, mijn naam is Rutgher J. Verstrepen, naast medewerker van Sportura/Chalet Travel, ben ik ook student Vrijetijdswetenschappen aan de Universiteit van Tilburg. Op dit moment ben ik bezig met de afronding van mijn studie. Ik doe dit door middel van een afstudeeronderzoek. Dit onderzoek voer ik uit in samenwerking met Sportura/Chalet Travel. Graag zou ik maximaal 10 minuten van uw tijd vragen om een vragenlijst te beantwoorden. De gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld en alleen gebruikt ter ondersteuning van mijn afstudeeronderzoek.

Als u wilt deelnemen, ga naar:

www.watdoejijdezewinter.nl

Voor vragen en/of opmerkingen naar aanleiding van deze mail kunt u mailen naar RVerstrepen@sportura.nl of R.J.Verstrepen@UvT.nl

Met vriendelijke groet,

Rutgher J. Verstrepen

P.s.

Wellicht kent u mensen die ooit ook met Sportura Reizen/Chalet Travel op vakantie zijn geweest (bijv. reisgenoten). Misschien zijn zij ook bereid mee te werken? Stuur deze mail dan door. Alvast bedankt!

Bijlage 5 ***Mail naar respondent n.a.v. voicemail***

Onderwerp: Onderzoek naar wintersporters

Geachte heer/mevrouw,

Eerder vandaag heb ik u geprobeerd te bellen, maar helaas geen gehoor/voicemail. Naar aanleiding daarvan volgt deze mail!

Mijn naam is Rutgher J. Verstrepen, naast medewerker van Sportura/Chalet Travel, ben ik ook student Vrijtijds wetenschappen aan de Universiteit van Tilburg. Op dit moment ben ik bezig met de afronding van mijn studie. Ik doe dit door middel van een afstudeeronderzoek. Dit onderzoek voer ik uit in samenwerking met Sportura/Chalet Travel. Graag zou ik maximaal 10 minuten van uw tijd vragen om een vragenlijst te beantwoorden. De gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld en alleen gebruikt ter ondersteuning van mijn afstudeeronderzoek.

Als u wilt deelnemen, ga naar:

www.watdoeijdezewinter.nl

Voor vragen en/of opmerkingen naar aanleiding van deze mail kunt u mailen naar RVerstrepen@sportura.nl of R.J.Verstrepen@UvT.nl

Met vriendelijke groet,

Rutgher J. Verstrepen

P.s.

Wellicht kent u mensen die ooit ook met Sportura Reizen/Chalet Travel op vakantie zijn geweest (bijv. reisgenoten). Misschien zijn zij ook bereid mee te werken? Stuur deze mail dan door. Alvast bedankt!

Bijlage 6 ***Herinneringsmail***

Onderwerp: Heeft u al de enquête op www.watdoeijidezewinter.nl ingevuld?

Geachte heer/mevrouw,

In de afgelopen weken heb ik u zowel per telefoon als per e-mail benaderd met het verzoek uw medewerking te verlenen aan mijn afstudeeronderzoek. Omdat alle respondenten absoluut anoniem zijn heb ik geen inzage in wie de enquête wél of juist niet hebben ingevuld. Als u dit heeft gedaan wil ik u bij deze hartelijk danken voor uw medewerking! Heeft u dit (nog) niet gedaan? Ik zou het zeer waarderen als u dit wél doet. Graag zou ik maximaal 10 minuten van uw tijd vragen om een vragenlijst te beantwoorden. De gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld en alleen gebruikt ter ondersteuning van mijn afstudeeronderzoek.

Het invullen van de enquête kan t/m maandag 8 mei (12.00uur) 2006!

Als u wilt deelnemen, ga naar:

www.watdoeijidezewinter.nl

Voor vragen en/of opmerkingen naar aanleiding van deze mail kunt u mailen naar RVerstrepen@sportura.nl of R.J.Verstrepen@UvT.nl

Met vriendelijke groet,

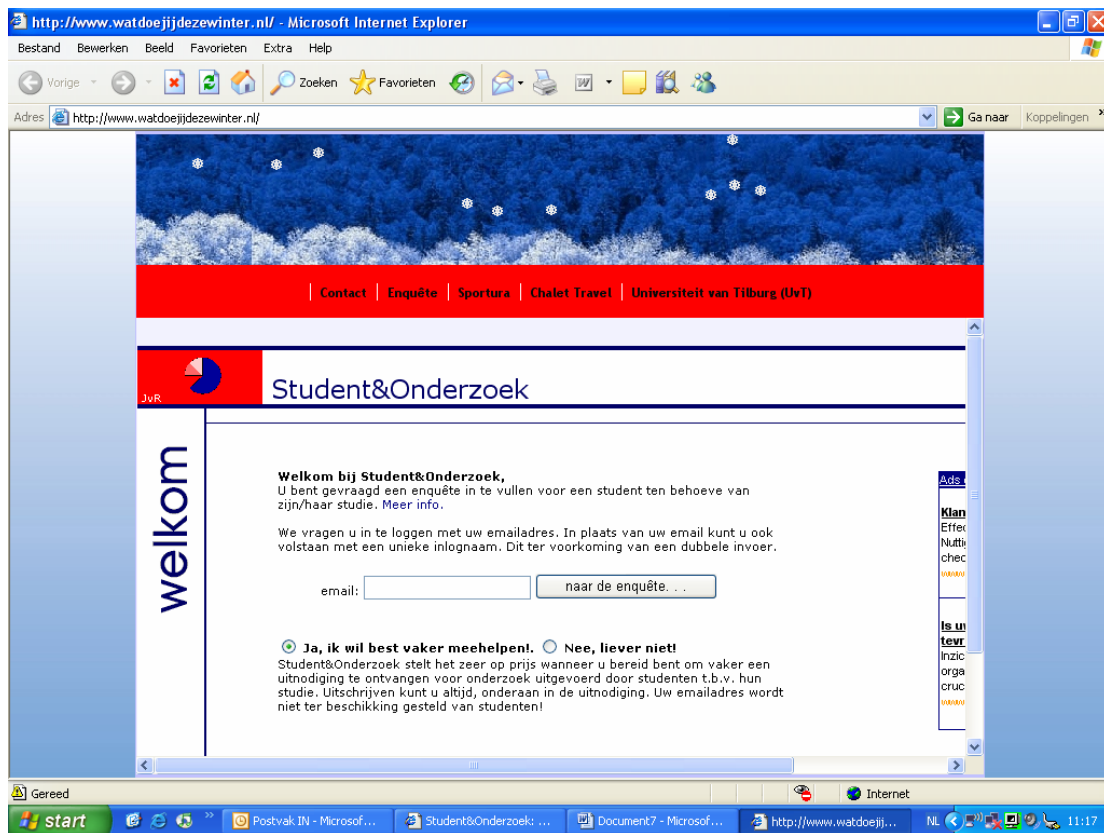
Rutgher J. Verstrepen

P.s.

Tenzij uw mailadres bekend is bij één van de Sportura/Chalet Travel mailinglijsten zult u geen mail meer van mij en/of Sportura/Chalet Travel ontvangen. Nogmaals bedankt voor uw tijd en geduld!

Bijlage 7

De onderzoekspagina: www.watdoeijdezewinter.nl



Bijlage 8

Kruistabel: Leeftijd * accommodatiekeuze

*Kruistabel leeftijdsklassen * Bij welke wintersport reisorganisatie heeft u uw laatste wintersportvakantie geboekt? (N = 203)*

		Chalet Travel (n=59)	Sportura Reizen (n=165)	Sig.
		Percentage (%)	Percentage (%)	
Leeftijd	15 – 25 jaar	10,8	89,2	***
	26 – 35 jaar	31,6	68,4	
	36 – 45 jaar	42,9	57,1	
	46 – 55 jaar	37,5	62,5	
	56 +	28,6	71,4	
		26,5	73,5	

Noot.

$(\chi^2 (2, N = 203) = 5,872, p < ,05) 0\%$

$\chi^2 = *p < ,05, **p < ,01, ***p < ,001$

Bijlage 9

Kruistabel: Maatschappelijke positie * gezinssituatie

*Kruistabellen wat is uw maatschappelijke positie? * Hoe zou u op dit moment uw gezinssituatie beschrijven?
in procenten (%) (N = 230)*

		Thuiswonend bij ouders/voogd	Alleenwonend	Samenwonend/ getrouwd zonder (thuiswonende) kinderen	Samenwonend/ getrouwd met (thuiswonende) kinderen	Totaal	Sig.
Maatschappelijke positie	Scholier/ student	19,8	73,3	5,8	1,2	100	***
		60,7	60,6	7,6	3,1	37,4	
		7,4	27,4	2,2	,4	37,4	
	Werkend (part-time)	3,6	1,9	15,2	50	12,6	
		,4	,9	4,3	7	12,6	
	Werkend (full-time)	8,7	33,9	44,3	13	100	
Total		35,7	37,5	77,3	46,9	50	
		4,3	17	22,2	6,5	50	
		12,2	45,2	28,7	13,9	100	
		100	100	100	100	100	
		12,2	45,2	28,7	13,9	100	

Noot.

$(\chi^2 (6, N=230) = 106,092, p < ,00) 16,7\%$

$\chi^2 = *p < ,05, **p < ,01, ***p < ,001$

Bijlage 10

Logistische regressies: Y=inkomen en leeftijd

Samenvatting Model 1:

logistische regressie met afhankelijke variabele type wintersport qua accommodatie (n = 218)

	B	Exp(B)	Sig.
Constant	9,534	2,255	***
INK	,686	-,377	**

Noot.

Nagelkerke $R^2 = ,056$

*<0,5, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting Model 2:

logistische regressie met afhankelijke variabele type wintersport qua accommodatie (n = 223)

	B	Exp(B)	Sig.
Constant	10,330	2,335	***
JAAR	,960	-,041	**

Noot.

Nagelkerke $R^2 = ,049$

*<0,5, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting Model 3:

logistische regressie met afhankelijke variabele type wintersport qua accommodatie (n = 217)

	B	Exp(B)	Sig.
Constant	15,862	2,764	***
JAAR	,975	-,025	
INK	,750	-,287	

Noot.

Nagelkerke $R^2 = ,072$

*<0,5, **p<,01, ***p<,001

Bijlage 11

Frequenties: Piste vaardigheden

*Samenvatting frequentie tabellen welke piste neemt u zonder problemen?
(piste vaardigheden voor skiërs en snowboarders) (N = 213)*

		Percentage (%)
Skiërs (n = 120)	Groen	4,2
	Blauw	10,8
	Rood	50,0
	Zwart	26,7
	Off-piste	8,3
		100
Snowboarders (n = 93)	Groen	1,1
	Blauw	16,3
	Rood	42,4
	Zwart	17,4
	Off-piste	22,8
		100

Bijlage 12

Frequenties: Aantal dagen per jaar op wintersport

*Samenvatting frequentie tabellen hoeveel dagen gaat u gemiddeld per jaar op wintersport (excl. reistijd)?
(N = 239)*

	Percentage (%)
1 – 3 dagen	2,4
4 – 5 dagen	4,7
6 – 7 dagen	45,0
8 – 10 dagen	29,4
> 10	18,5
	100

Bijlage 13

Kruistabel: Opleidingsniveau ouders/opvoeders * duur

*Kruistabellen opleidingsniveau ouders/opvoeders * duur in procenten (%) (N = 213)*

		Duur			Totaal
		< 10	11 - 15	> 16	
Opleidingsniveau	Lager geschoold	68,3	8,5	23,2	100
		45,2	25,0	31,1	38,5
		26,3	3,3	8,9	38,5
	Hoger en wetenschappelijk geschoold	51,9	16,0	32,1	100
		54,8	75,0	68,9	61,5
		31,9	9,9	19,7	61,5
Totaal	58,2	13,1	28,6	100	
	100	100	100	100	
	58,2	13,1	28,6	100	

Noot.

$(\chi^2 (2, N= 213) = 5,872, p < ,05) 0\%$

$\chi^2 = *p<,05, **p<,01, ***p<,001$

Bijlage 14

Frequenties: Vraag 9 en 10

Samenvatting frequentietabellen vraag 9 en 10 (N = 213)

Prijs	Skiërs	Snow-boarders	Totaal
	Percentage (%)	Percentage (%)	Percentage (%)
Heel belangrijk	43,6	45,1	44,6
Belangrijk	39,3	45,1	41,3
Neutraal	12	6,6	9,9
Onbelangrijk	4,3	3,3	3,8
Zeer onbelangrijk	,9	.	,5
	100	100	100
	<i>M</i> = 1,79	<i>M</i> = 1,68	<i>M</i> = 1,74
Het aantal slaapkamers			
Heel belangrijk	30,5	15,2	23,7
Belangrijk	38,1	34,8	36,7
Neutraal	16,1	34,8	24,7
Onbelangrijk	11,9	9,8	10,7
Zeer onbelangrijk	3,4	5,4	4,2
	100	100	100
	<i>M</i> = 2,19	<i>M</i> = 2,55	<i>M</i> = 2,35
Ruimte van de acc. voor gezellig samen zijn met de reisgenoten (gem. ruimte)			
Heel belangrijk	31,9	25	28,7
Belangrijk	40,3	37	38,9
Neutraal	10,1	26,1	17,1
Onbelangrijk	13,4	7,6	11,1
Zeer onbelangrijk	4,2	4,3	4,2
	100	100	100
	<i>M</i> = 2,18	<i>M</i> = 2,29	<i>M</i> = 2,23
Luxe niveau van de accommodatie			
Heel belangrijk	5	5,4	5,1
Belangrijk	33,6	25	29,3
Neutraal	38,7	38	39,1
Onbelangrijk	21,8	23,9	22,8
Zeer onbelangrijk	,8	7,6	3,7
	100	100	100
	<i>M</i> = 2,80	<i>M</i> = 3,03	<i>M</i> = 2,91
Aanwezigheid van jacuzzi zwembad of sauna in de accommodatie			
Heel belangrijk	5,9	2,2	4,2
Belangrijk	15,1	9,9	12,6
Neutraal	14,3	27,5	19,6
Onbelangrijk	25,2	23,1	25,2
Zeer onbelangrijk	39,5	37,4	38,3
	100	100	100
	<i>M</i> = 3,77	<i>M</i> = 3,84	<i>M</i> = 3,81

Samenvatting frequentietabellen vraag 9 en 10 (vervolg)

	Skiërs	Snow-boarders	Totaal
Ligging van de accommodatie t.o.v. skilift	Percentage (%)	Percentage (%)	Percentage (%)
Heel belangrijk	53,8	48,9	51,2
Belangrijk	36,8	43,5	40,4
Neutraal	6	5,4	5,6
Onbelangrijk	,9	2,2	1,4
Zeer onbelangrijk	2,6	.	1,4
	100	100	100
	$M = 1,62$	$M = 1,61$	$M = 1,62$

Ligging van de accommodatie t.o.v. après-ski

Heel belangrijk	12,8	21,7	16,9
Belangrijk	31,6	28,3	30
Neutraal	30,8	29,3	29,6
Onbelangrijk	18,8	7,6	14,6
Zeer onbelangrijk	6	13	8,9
	100	100	100
	$M = 2,74$	$M = 2,62$	$M = 2,69$

Ligging van de accommodatie t.o.v. restaurants (voor bijv. avondeten)

Heel belangrijk	4,2	6,6	5,2
Belangrijk	33,1	36,3	34,3
Neutraal	34,7	31,9	33,3
Onbelangrijk	19,5	16,5	18,8
Zeer onbelangrijk	8,5	8,8	8,5
	100	100	100
	$M = 2,95$	$M = 2,85$	$M = 2,91$

Ligging van de accommodatie t.o.v. discotheken dansgelegenheden

Heel belangrijk	6,7	13	9,8
Belangrijk	20,2	22,8	20,9
Neutraal	31,9	31,5	31,6
Onbelangrijk	26,9	15,2	21,9
Zeer onbelangrijk	14,3	17,4	15,8
	100	100	100
	$M = 3,22$	$M = 3,01$	$M = 3,13$

Ligging van de accommodatie t.o.v. winkels (funshoppen)

Heel belangrijk	,8	5,4	3,3
Belangrijk	24,4	13	19,1
Neutraal	37	33,7	34,9
Onbelangrijk	19,3	26,1	23,3
Zeer onbelangrijk	18,5	21,7	19,5
	100	100	100
	$M = 3,3$	$M = 3,46$	$M = 3,37$

Samenvatting frequentietabellen vraag 9 en 10 (vervolg)

	Skiërs	Snow-boarders	Totaal
Het actief beoefenen van de wintersport	Percentage (%)	Percentage (%)	Percentage (%)
Heel belangrijk	71,7	75	73,1
Belangrijk	23,3	21,7	22,2
Neutraal	2,5	3,3	3,2
Onbelangrijk	.	.	.
Zeer onbelangrijk	2,5	.	1,4
	100	100	100
	$M = 1,38$	$M = 1,28$	$M = 1,34$

De gezonde berglucht

Heel belangrijk	28,6	21,7	25,6
Belangrijk	37	31,5	34,4
Neutraal	21,8	32,6	26,5
Onbelangrijk	10,9	9,8	10,7
Zeer onbelangrijk	1,7	4,3	2,8
	100	100	100
	$M = 2,2$	$M = 2,43$	$M = 2,31$

Mijn vaardigheden verbeteren

Heel belangrijk	21	37	27,9
Belangrijk	42	41,3	42,3
Neutraal	28,6	16,3	22,8
Onbelangrijk	5,9	4,3	5,1
Zeer onbelangrijk	2,5	1,1	1,9
	100	100	100
	$M = 2,27$	$M = 1,91$	$M = 2,11$

Het avontuur de uitdaging

Heel belangrijk	20,8	43,5	31
Belangrijk	50,8	37	44,4
Neutraal	22,5	15,2	19
Onbelangrijk	4,2	4,3	4,6
Zeer onbelangrijk	1,7	.	,9
	100	100	100
	$M = 2,15$	$M = 1,8$	$M = 2$

Mijn gezondheid verbeteren

Heel belangrijk	3,3	12	6,9
Belangrijk	17,5	10,9	15,3
Neutraal	54,2	39,1	47,2
Onbelangrijk	19,2	26,1	22,2
Zeer onbelangrijk	5,8	12	8,3
	100	100	100
	$M = 3,07$	$M = 3,15$	$M = 3,10$

Samenvatting frequentietabellen vraag 9 en 10 (vervolg)

	Skiërs	Snow-boarders	Totaal
Ontsnappen aan het dagelijkse leven	Percentage (%)	Percentage (%)	Percentage (%)
Heel belangrijk	35,8	32,6	34,7
Belangrijk	35,8	34,8	35,6
Neutraal	23,3	26,1	24,1
Onbelangrijk	4,2	6,5	5,1
Zeer onbelangrijk	,8	.	,5
	100	100	100
	<i>M</i> = 1,98	<i>M</i> = 2,07	<i>M</i> = 2,01

Aanwezigheid van 'funpark' met bijvoorbeeld halfpipe cross en slopestyle

Heel belangrijk	5,8	20,7	12
Belangrijk	6,7	17,4	12
Neutraal	22,5	33,7	26,9
Onbelangrijk	30	20,7	26,4
Zeer onbelangrijk	35	7,6	22,7
	100	100	100
	<i>M</i> = 3,82	<i>M</i> = 2,77	<i>M</i> = 3,36

De grootte van het skigebied

Heel belangrijk	37,5	40,2	39,4
Belangrijk	48,3	47,8	47,7
Neutraal	8,3	10,9	9,3
Onbelangrijk	4,2	1,1	2,8
Zeer onbelangrijk	1,7	.	,9
	100	100	100
	<i>M</i> = 1,84	<i>M</i> = 1,73	<i>M</i> = 1,78

Aanwezigheid van gevarieerde en uitdagende pistes

Heel belangrijk	45,8	53,3	49,1
Belangrijk	37,5	33,7	36,1
Neutraal	12,5	13	12,5
Onbelangrijk	2,5	.	1,4
Zeer onbelangrijk	1,7	.	,9
	100	100	100
	<i>M</i> = 1,77	<i>M</i> = 1,6	<i>M</i> = 1,69

Gezelligheid van het dorp

Heel belangrijk	19,3	17,6	18,2
Belangrijk	51,3	45,1	48,6
Neutraal	21,8	29,7	25,7
Onbelangrijk	5	6,6	5,6
Zeer onbelangrijk	2,5	1,1	1,9
	100	100	100
	<i>M</i> = 2,2	<i>M</i> = 2,29	<i>M</i> = 2,24

Samenvatting frequentietabellen vraag 9 en 10 (vervolg)

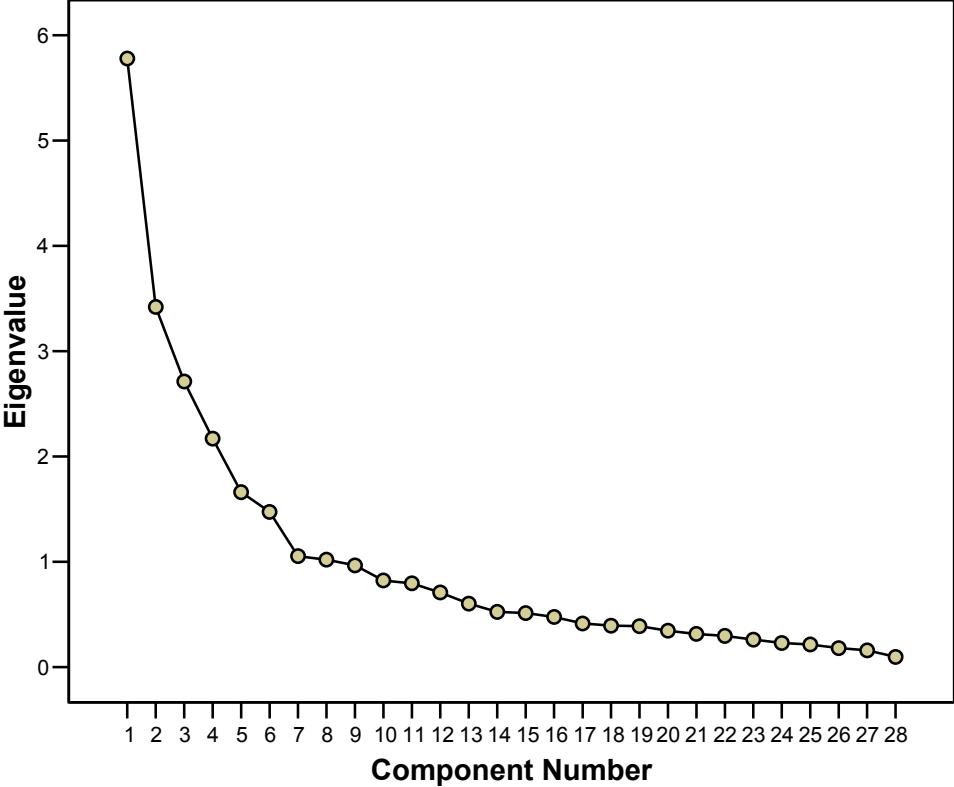
	Skiërs	Snow- boarders	Totaal
Gezelligheid met familie of vrienden	Percentage (%)	Percentage (%)	Percentage (%)
Heel belangrijk	56,7	62	58,8
Belangrijk	37,5	27,2	33,3
Neutraal	3,3	10,9	6,5
Onbelangrijk	,8	.	,5
Zeer onbelangrijk	1,7	.	,9
	100	100	100
	$M = 1,53$	$M = 1,49$	$M = 1,51$
Aanwezigheid van terrassen (op en nabij de piste)			
Heel belangrijk	25,4	23,1	24,4
Belangrijk	53,4	40,7	47,4
Neutraal	15,3	28,6	21,1
Onbelangrijk	4,2	4,4	4,7
Zeer onbelangrijk	1,7	3,3	2,3
	100	100	100
	$M = 2,03$	$M = 2,24$	$M = 2,13$
Aanwezigheid van eetgelegenheden (op en nabij de piste)			
Heel belangrijk	18,3	14,3	16,7
Belangrijk	45	45,1	44,7
Neutraal	21,7	28,6	24,7
Onbelangrijk	10	8,8	9,8
Zeer onbelangrijk	5	3,3	4,2
	100	100	100
	$M = 2,38$	$M = 2,42$	$M = 2,4$
Aanwezigheid van restaurants (voor avondeten)			
Heel belangrijk	7,5	12	9,7
Belangrijk	33,3	27,2	30,1
Neutraal	28,3	45,7	36,1
Onbelangrijk	24,2	12	19
Zeer onbelangrijk	6,7	3,3	5,1
	100	100	100
	$M = 2,89$	$M = 2,67$	$M = 2,8$
Aanwezigheid van gezellige barretjes (après-ski)			
Heel belangrijk	22,7	16,3	20
Belangrijk	37,8	40,2	38,6
Neutraal	26,1	27,2	26,5
Onbelangrijk	8,4	10,9	9,8
Zeer onbelangrijk	5	5,4	5,1
	100	100	100
	$M = 2,35$	$M = 2,49$	$M = 2,41$

Samenvatting frequentietabellen vraag 9 en 10 (vervolg)

	Skiërs	Snow- boarders	Totaal
Aanwezigheid van discotheken dansgelegenheden	Percentage (%)	Percentage (%)	Percentage (%)
Heel belangrijk	11,8	13	12,6
Belangrijk	18,5	21,7	19,5
Neutraal	26,1	31,5	28,4
Onbelangrijk	21,8	17,4	19,5
Zeer onbelangrijk	21,8	16,3	20
	100	100	100
	$M = 3,24$	$M = 3,02$	$M = 3,15$
Aanwezigheid van winkels (funshoppen)			
Heel belangrijk	1,7	5,4	3,7
Belangrijk	23,7	12	18,2
Neutraal	33,1	34,8	33,2
Onbelangrijk	21,2	27,2	24,3
Zeer onbelangrijk	20,3	20,7	20,6
	100	100	100
	$M = 3,35$	$M = 3,46$	$M = 3,4$
Aanwezigheid van lesmogelijkheden (voor uzelf)			
Heel belangrijk	9,2	9,8	9,3
Belangrijk	27,5	18,5	23,6
Neutraal	10,8	21,7	15,7
Onbelangrijk	17,5	20,7	19
Zeer onbelangrijk	35	29,3	32,4
	100	100	100
	$M = 3,42$	$M = 3,41$	$M = 3,42$

Bijlage 15
Scree plot

Scree Plot



Bijlage 16

Kruistabel: Ski/snowboard * geslacht

*Kruistabel Ski/snowboard * geslacht in procenten (%) (N = 213)*

	Geslacht		Totaal	Sig.
	man	vrouw		
Ski	45	55	100	***
Snowboard	65,6	34,4	100	
Totaal	54	46	100	

Noot.

$(\chi^2 (1, N = 213) = 8,943, p < ,00) 0,0\%$

$\chi^2 = *p < ,05, **p < ,01, ***p < ,001$

Bijlage 17

Kruistabel: Gezinssituatie * maatschappelijke positie

Gezinsituatie * Maatschappelijke positie in procenten (%) (N = 117)

	Gezinsituatie				Totaal	Sig.
	Thuiswonend	Alleenwonend	Samenwonend/ getrouwd zonder kinderen	Samenw./ getrouwd met kinderen		
Scholier/student	55,6	56	11,4	.	31,6	***
Werkend (part-time)	.	2	17,1	52,2	16,2	
Werkend (full-time)	44,4	42	71,4	47,8	52,1	
	3,4	17,9	21,4	9,4	52,1	
Totaal	100	100	100	100	100	

Noot.

$(\chi^2 (6, N= 117) = 52,491, p < ,00) 0,0\%$

$\chi^2 = *p<,05, **p<,01, ***p<,001$

Bijlage 18

Kruistabel: Gezinssituatie (SKI) * gezonde berglucht

*Kruistabel gezinssituatie (alleen ski) * gezonde berglucht in procenten (%) (N = 119)*

		Gezinssituatie		Totaal	Sig.
		Thuiswonend	Niet thuiswonend		
De gezonde berglucht	Heel belangrijk	16,3	37,1	28,6	***
	Belangrijk	38,8	35,7	37	
	Neutraal	22,4	21,4	21,8	
	Onbelangrijk	18,4	5,7	10,9	
	Zeer onbelangrijk	4,1	.	1,7	
Totaal		100	100	100	

Noot.

$(\chi^2 (1, N= 119) = 52,491, p < ,00) 0,0\%$

$\chi^2 = *p<,05, **p<,01, ***p<,001$

Bijlage 19

Kruistabel: Piste vaardigheden * opleiding ouders/opvoeders

*Kruistabel mijn piste vaardigheden verbeteren * opleiding ouders/opvoeders in procenten (%) (N = 118)*

		Opleiding ouders/opvoeders			
		Lager geschoold	Hoger en wetenschappelijk geschoold	Totaal	Sig.
Vaardigheden	(Heel) belangrijk	48,7	70,9	63,6	*
	Neutraal	41	21,5	28	
	(Zeer) onbelangrijk	10,3	7,6	8,5	
Totaal		100	100	100	

Noot.

$(\chi^2 (2, N=118) = 5,790, p < ,00) 16,7\%$

$\chi^2 = *p < ,05, **p < ,01, ***p < ,001$

Bijlage 20

Frequenties: Vraag 20

Samenvatting frequentie tabellen vraag 20 (N = 213)

		Percentage (%)
Wintersporten	(Vrijwel) Nooit	,9
	1 - 2 x per week	1,4
	3 - 5 x per week	,9
	(Vrijwel) Dagelijks	96,7
		100
Bezoek discotheek/dansgelegenheid	(Vrijwel) Nooit	33,3
	1 - 2 x per week	36,2
	3 - 5 x per week	19,7
	(Vrijwel) Dagelijks	10,8
		100
Restaurant (voor avondeten)	(Vrijwel) Nooit	11,7
	1 - 2 x per week	57,9
	3 - 5 x per week	19,6
	(Vrijwel) Dagelijks	10,7
		100
Winkelen/(fun)shoppen	(Vrijwel) Nooit	42,3
	1 - 2 x per week	47,4
	3 - 5 x per week	9,9
	(Vrijwel) Dagelijks	,5
		100
Iets drinken op een terras (op en nabij de piste)	(Vrijwel) Nooit	,9
	1 - 2 x per week	7,9
	3 - 5 x per week	30,8
	(Vrijwel) Dagelijks	60,3
		100
Bezoek eetgelegenheid (op en nabij de piste)	(Vrijwel) Nooit	6,1
	1 - 2 x per week	22,4
	3 - 5 x per week	27,1
	(Vrijwel) Dagelijks	44,4
		100
Bezoek gezellig barretje (après-ski)	(Vrijwel) Nooit	6,1
	1 - 2 x per week	24,3
	3 - 5 x per week	42,1
	(Vrijwel) Dagelijks	27,6
		100
In de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten (de gehele avond)	(Vrijwel) Nooit	6,1
	1 - 2 x per week	15,9
	3 - 5 x per week	33,2
	(Vrijwel) Dagelijks	44,9
		100

Bijlage 21

Lineaire regressie: Y=wintersporten

Samenvatting model 1:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele wintersporten (n = 191)

	B	β	Sig.
(Constant)	3,934		***
Factor 1: De après-skiërs	,008	,022	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,043	-,124	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,013	-,039	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,012	,037	

Noot.

$R^2 = ,019$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting model 2:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele wintersporten voor skiërs (n = 98)

	B	β	Sig.
(Constant)ski	3,968		***
Factor 1: De après-skiërs	,008	,015	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,014	-,041	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,005	-,013	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,058	,142	
Wat is uw geslacht? (0=vrouw)	-,116	-,122	
Wat is uw geboortejaar?	-,012	-,279	~
Wat is uw netto (gezins-)inkomen per maand?	,050	,137	
rD_GezinH3	,034	,035	
Wat is uw hoogst voltooide of momenteel gevolgde (vergelijkbare) opleiding?	,011	,019	
Wat is de hoogst voltooide (vergelijkbare) opleiding van één van uw ouders/opvoeders?	-,031	-,063	
Wintersportverleden_SKI	,045	,197	

Noot.

$R^2 = ,103$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001, ~ 0,05<p<0,1

Samenvatting model 3:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele wintersporten voor Snowboard (n = 93)

	<i>B</i>	β	Sig.
(Constant)	3,836		***
Factor 1: De après-skiërs	,022	,078	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,054	-,139	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,018	-,068	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,032	-,126	
Wat is uw geslacht? (0=vrouw)	,014	,022	
Wat is uw geboortejaar?	,008	,140	
Wat is uw netto (gezins-)inkomen per maand?	,036	,143	
rD_GezinH3	-,076	-,125	
Wat is uw hoogst voltooide of momenteel gevolgde (vergelijkbare) opleiding?	-,014	-,045	
Wat is de hoogst voltooide (vergelijkbare) opleiding van één van uw ouders/opvoeders?	,009	,031	
Wintersportverleden_SNOW	-,026	-,171	

Noot.

$R^2 = ,094$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Bijlage 22

Lineaire regressie: Y=Restaurantbezoek

Samenvatting model 1:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele restaurantbezoek (n = 191)

	B	β	Sig.
Constant	2,259		***
Factor 1: De après-skiërs	-,278	-,365	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,034	-,048	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,148	-,212	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,021	-,032	

Noot.

$R^2 = ,184$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting model 2:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele restaurantbezoek voor Skiërs (n = 98)

	B	β	Sig.
Constant	1,831		**
Factor 1: De après-skiërs	-,247	-,309	**
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,040	-,072	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,085	-,130	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,021	,033	
Geslacht (0=vrouw)	-,158	-,106	
Geboortejaar	-,004	-,061	
Inkomen	-,018	-,032	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,244	,159	
Opleiding	,085	,095	
Opleiding ouders/opvoeders	-,045	-,058	
Wintersportverleden_SKI	,057	,159	

Noot.

$R^2 = ,177$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001, ~ 0,05<p<0,1

Samenvatting model 3:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele restaurantbezoek voor Snowboard (n = 93)

	<i>B</i>	β	Sig.
Constant	2,087		***
Factor 1: De après-skiërs	-,268	-,349	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,057	,054	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,151	-,201	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,087	-,124	
Geslacht (0=vrouw)	-,008	-,004	
Geboortjaar	-,013	-,086	
Inkomen	,008	,011	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,281	,165	
Opleiding	,058	,065	
Opleiding ouders/opvoeders	-,106	-,135	
Wintersportverleden_SNOW	,097	,235	*

Noot.

$R^2 = ,094$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Bijlage 23

Lineaire regressie: Y=shoppen

Samenvatting model 1:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele shoppen (n = 191)

	B	β	Sig.
Constant	1,675		***
Factor 1: De après-skiërs	-,093	-,151	*
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,061	,107	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,215	-,383	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,021	,039	

Noot.

$R^2 = ,019$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Samenvatting model 2:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele shoppen voor Skiërs (n = 98)

	B	β	Sig.
Constant	1,576		***
Factor 1: De après-skiërs	-,054	-,081	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,024	,052	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,222	-,407	***
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,014	,026	
Geslacht (0=vrouw)	-,227	-,181	
Geboortejaar	,006	,106	
Inkomen	,003	,007	
Gezinsituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	-,018	-,014	
Opleiding	,007	,010	
Opleiding ouders/opvoeders	,051	,079	
Wintersportverleden_SKI	-,035	-,116	

Noot.

$R^2 = ,103$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Samenvatting model 3:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele shoppen voor Snowboard (n = 93)

	B	β	Sig.
Constant	,478		
Factor 1: De après-skiërs	-,128	-,219	*
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	,134	,165	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,120	-,209	~
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	,048	,089	
Geslacht (0=vrouw)	-,097	-,071	
Geboortejaar	,025	,209	
Inkomen	-,050	-,093	
Gezinsituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,290	,222	~
Opleiding	,076	,112	
Opleiding ouders/opvoeders	-,014	-,023	
Wintersportverleden_SNOW	,051	,160	

Noot.

$R^2 = ,094$.

* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$, ~ $0,05 < p < 0,1$

Bijlage 24

Lineaire regressie: Y=terrasbezoek

Samenvatting model 1:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke terrasbezoek (n = 191)

	B	β	Sig.
Constant	3,495		***
Factor 1: De après-skiërs	-,170	-,258	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,038	-,061	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,011	-,019	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,007	-,011	

Noot.

$R^2 = ,019$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting model 2:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele shoppen voor Skiërs (n = 98)

	B	β	Sig.
Constant	3,325		***
Factor 1: De après-skiërs	-,130	-,182	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,002	-,004	
Factor 3: De acc. liefhebbers	,053	,090	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,025	-,043	
Geslacht (0=vrouw)	,077	,057	
Geboortejaar	-,019	-,315	*
Inkomen	,135	,259	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,155	,113	
Opleiding	,026	,033	
Opleiding ouders/opvoeders	,005	,007	
Wintersportverleden_SKI	,030	,095	

Noot.

$R^2 = ,103$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting model 3:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele shoppen voor Snowboard (n = 98)

	B	β	Sig.
Constant	3,338		***
Factor 1: De après-skiërs	-,157	-,263	*
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,048	-,058	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,005	-,008	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,017	-,031	
Geslacht (0=vrouw)	-,036	-,026	
Geboortejaar	-,001	-,007	
Inkomen	,061	,113	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,054	,041	
Opleiding	,056	,081	
Opleiding ouders/opvoeders	-,051	-,083	
Wintersportverleden_SNOW	-,020	-,061	

Noot.

$R^2 = ,094$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Bijlage 25

Lineaire regressie: Y=bezoek eetgelegenheden

Samenvatting model 1:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele bezoek eetgelegenheden (n = 191)

	B	β	Sig.
Constant	3,065		***
Factor 1: De après-skiërs	-,329	-,357	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,090	-,106	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,118	-,141	*
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,069	-,085	

Noot.

$R^2 = ,019$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting model 2:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele bezoek eetgelegenheden voor Skiërs (n = 98)

	B	β	Sig.
Constant	2,033		*
Factor 1: De après-skiërs	-,180	-,185	
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,014	-,021	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,014	-,017	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,002	-,003	
Geslacht (0=vrouw)	-,197	-,108	
Geboortejaar	-,016	-,197	
Inkomen	,159	,226	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,066	,036	
Opleiding	,024	,022	
Opleiding ouders/opvoeders	,166	,178	
Wintersportverleden_SKI	,083	,191	

Noot.

$R^2 = ,103$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Samenvatting model 3:

Lineaire regressie analyse met afhankelijke variabele bezoek eetgelegenheden voor Snowboard (n = 93)

	B	β	Sig.
Constant	2,295		*
Factor 1: De après-skiërs	-,431	-,490	***
Factor 2: De gebiedsliefhebbers	-,119	-,097	
Factor 3: De acc. liefhebbers	-,103	-,119	
Factor 4: Intrinsieke wintersporters	-,044	-,055	
Geslacht (0=vrouw)	,001	,001	
Geboortejaar	,031	,174	
Inkomen	,007	,009	
Gezinssituatie niet alleenwonend (0=alleenwonend)	,011	,005	
Opleiding	-,054	-,053	
Opleiding ouders/opvoeders	,029	,033	
Wintersportverleden_SNOW	-,036	-,076	

Noot.

$R^2 = ,094$.

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Bijlage 26

Kruistabel: Samenstelling reisgezelschap * activiteiten

Samenvatting Kruistabellen Reisgezelschap (samenstelling) * ontplooiide activiteiten tijdens de wintersportvakantie (N = 213)

		Reisgezelschap (samenstelling)							Sig.
		eigen kruistabel	meerdere kruistabel	Vrienden	Partner	Studenten	Anders	Totaal	
Wintersporten	(Vrijwel)	Percentage (%)	.	.	1	.	4.3	.	.9
	1 - 2 x per	(^{**})	12,	.	1	.	.	6.7	1.4
	3 - 5 x per	(^{**})	4.3	6.7	.9
	(Vrijwel)	(^{**})	87,	10	98,	10	91,	86,	96,
Bezoek discotheek/dansgeleg enheid	(Vrijwel)	Percentage (%)	37,	51,	25,	66,	13	33,	33,
	1 - 2 x per	(^{**})	50	40,	33,	33,	26,	46,	36,
	3 - 5 x per	(^{**})	.	6.5	27,	.	34,	13,	19,
	(Vrijwel)	(^{**})	12,	1.6	13,	.	26,	6.7	10,
Restaurant (voor avondeten)	(Vrijwel)	Percentage (%)	.	12,	8.7	.	21,	20	11,
	1 - 2 x per	(^{**})	62,	56,	59,	66,	65,	40	57,
	3 - 5 x per	(^{**})	25	19,	20,	33,	4.3	33,	19,
	(Vrijwel)	(^{**})	12,	11,	11,	.	8.7	6.7	10,
Winkelen/(fun)shopp en	(Vrijwel)	Percentage (%)	12,	29	48	33,	65,	40	42,
	1 - 2 x per	(^{**})	62,	53,	45,	66,	34,	46,	47,
	3 - 5 x per	(^{**})	25	16,	6.9	.	.	13,	9.9
	(Vrijwel)	(^{**})	.	1.65
Iets drinken op een terras (op en nabij de piste)	(Vrijwel)	Percentage (%)	12,	1.69
	1 - 2 x per	(^{**})	12,	6.5	6.8	.	17,	6.7	7.9
	3 - 5 x per	(^{**})	50	30,	32	33,	21,	26,	30,
	(Vrijwel)	(^{**})	25	61,	61,	66,	60,	66,	60,
Bezoek eetgelegenheid (op en nabij de piste)	(Vrijwel)	Percentage (%)	.	4.8	8.7	.	4.3	.	6.1
	1 - 2 x per	(^{**})	25	27,	18,	.	34,	13,	22,
	3 - 5 x per	(^{**})	37,	30,	29,	33,	8.7	20	27,
	(Vrijwel)	(^{**})	37,	37,	43,	66,	52,	66,	44,
Bezoek gezellig barretje (après-ski)	(Vrijwel)	Percentage (%)	25	6.5	3.9	.	8.7	6.7	6.1
	1 - 2 x per	(^{**})	50	37,	19,	33,	8.7	13,	24,
	3 - 5 x per	(^{**})	25	41,	43,	33,	43,	40	42,
	(Vrijwel)	(^{**})	.	14,	33	33,	39,	40	27,
In de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten	(Vrijwel)	Percentage (%)	.	4.8	3.9	.	17,	13,	6.1
	1 - 2 x per	(^{**})	25	6.5	17,	33,	30,	13,	15,
	3 - 5 x per	(^{**})	37,	27,	38,	33,	30,	20	33,
	(Vrijwel)	(^{**})	37,	61,	39,	33,	21,	53,	44,
Totaal		Percentage (%)	3,7	29	48,	1,4	10,	7	10

Noot.

$\chi^2 = *p<.05, **p<.01, ***p<.001$

Bijlage 27

Kruistabel: Groepsgrootte * activiteiten

Samenvatting Kruistabellen Groepsgrootte * ontplooide activiteiten tijdens de wintersportvakantie (N = 213)

			Groepsgrootte				Totaal	Sig.
			2-5 personen	6-10	11-15	>15 personen		
Wintersporten	(Vrijwel)	Percentage (%)	1,4	.	.	2	,9	
	1 - 2 x per	(*)	1,4	2,7	.	.	1,4	
	3 - 5 x per	(*)	.	1,4	5,	.	,9	
	(Vrijwel)	(*)	97,	95,	95	98	96,	
Bezoek discotheek/dansgelegenheid	(Vrijwel)	Percentage (%)	40,	27	36,	30,	33,	
	1 - 2 x per	(*)	34,	44,	26,	30,	36,	
	3 - 5 x per	(*)	14,	21,	21,	22,	19,	
	(Vrijwel)	(*)	10,	6,8	15,	16,	10,	
Restaurant (voor avondeten)	(Vrijwel)	Percentage (%)	5,8	14,	10	16,	11,	
	1 - 2 x per	(*)	62,	55,	50	57,	57,	
	3 - 5 x per	(*)	20,	18,	30	16,	19,	
	(Vrijwel)	(*)	11,	10,	10	10,	10,	
Winkelen/(fun)shopp en	(Vrijwel)	Percentage (%)	45,	36,	30	51	42,	
	1 - 2 x per	(*)	41,	54,	60	40,	47,	
	3 - 5 x per	(*)	13,	9,5	10	6,1	10	
	(Vrijwel)	(*)	.	.	.	2	,5	
Iets drinken op een terras (op en nabij de piste)	(Vrijwel)	Percentage (%)	2,9	.	.	.	,9	
	1 - 2 x per	(*)	8,7	9,5	5	6,1	8	
	3 - 5 x per	(*)	29	31,	50	26,	31,	
	(Vrijwel)	(*)	59,	59,	45	67,	59,	
Bezoek eetgelegenheden (op en nabij de piste)	(Vrijwel)	Percentage (%)	4,3	6,8	15	4,1	6,1	
	1 - 2 x per	(*)	24,	24,	15	20,	22,	
	3 - 5 x per	(*)	24,	31,	40	20,	27,	
	(Vrijwel)	(*)	46,	37,	30	55,	43,	
Bezoek gezellig barretje (après-ski)	(Vrijwel)	Percentage (%)	7,2	6,8	10	2	6,1	
	1 - 2 x per	(*)	39,	21,	15	12,	24,	
	3 - 5 x per	(*)	34,	41,	45	49	41,	
	(Vrijwel)	(*)	18,	29,	30	36,	27,	
In de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten	(Vrijwel)	Percentage (%)	2,9	5,4	5	12,	6,1	
	1 - 2 x per	(*)	13	14,	15	18,	15,	
	3 - 5 x per	(*)	43,	29,	35	24,	33,	
	(Vrijwel)	(*)	40,	50	45	44,	45,	
Totaal		Percentage (%)	32,	34,	9,4	23,	10	

Noot.

$\chi^2 = *p < .05, **p < .01, ***p < .001$

Geen van de respondenten heeft te kennen gegeven alleen op wintersportvakantie te gaan; 'alleengaand' en groepsgrootte '1' is daarom uit de tabel en de verdere analyses gelaten.

Bijlage 28

Kruistabel: Hoofdbeslisser * activiteiten

Samenvatting Kruistabellen Wie maakt de uiteindelijke keuze * ontplooide activiteiten tijdens de wintersportvakantie (N = 213)

		Wie maakt de uiteindelijke keuze						Sig.
		Ikzelf	In overleg	keuze uit een aantal opties	Ik had geen keuze	Anders	Totaal	
Wintersporten	(Vrijwel)	Percentage (%)	.	.7	.	4.2	.	.9
	1 - 2 x per	(*)	.	2	.	.	.	1.4
	3 - 5 x per	(*)	4.3	.79
	(Vrijwel)	(**)	95,7	96,6	100	95,8	100	96,7
Bezoek discotheek/dansgelegenheid	(Vrijwel)	Percentage (%)	39,1	37,2	33,3	16,7	.	33,3
	1 - 2 x per	(*)	30,4	35,8	44,4	33,3	55,6	36,2
	3 - 5 x per	(*)	21,7	16,9	11,1	33,3	33,3	19,7
	(Vrijwel)	(**)	8,7	10,1	11,1	16,7	11,1	10,8
Restaurant (voor avondeten)	(Vrijwel)	Percentage (%)	13	10,7	.	20,8	11,1	11,7
	1 - 2 x per	(*)	65,2	55	77,8	66,7	44,4	57,9
	3 - 5 x per	(*)	4,3	23,5	.	8,3	44,4	19,6
	(Vrijwel)	(**)	17,4	10,7	22,2	4,2	.	10,7
Winkelen/(fun)shopp en	(Vrijwel)	Percentage (%)	47,8	37,6	25	62,5	66,7	42,3
	1 - 2 x per	(*)	43,5	49,7	75	33,3	33,3	47,4
	3 - 5 x per	(*)	8,7	12,1	.	4,2	.	9,9
	(Vrijwel)	(**)	.	.75
Iets drinken op een terras (op en nabij de piste)	(Vrijwel)	Percentage (%)	.	1,39
	1 - 2 x per	(*)	8,7	6	11,1	16,7	11,1	7,9
	3 - 5 x per	(*)	47,8	32,2	11,1	20,8	11,1	30,8
	(Vrijwel)	(**)	43,5	60,4	77,8	62,5	77,8	60,3
Bezoek eetgelegenheid (op en nabij de piste)	(Vrijwel)	Percentage (%)	13	5,4	.	4,2	11,1	6,1
	1 - 2 x per	(*)	26,1	18,8	44,4	37,5	11,1	22,4
	3 - 5 x per	(*)	26,1	32,9	.	8,3	11,1	27,1
	(Vrijwel)	(**)	34,8	43	55,6	50	66,7	44,4
Bezoek gezellig barretje (après-ski)	(Vrijwel)	Percentage (%)	8,7	5,4	11,1	8,3	.	6,1
	1 - 2 x per	(*)	21,7	27,5	11,1	16,7	11,1	24,3
	3 - 5 x per	(*)	26,1	43,6	55,6	45,8	33,3	42,1
	(Vrijwel)	(**)	43,5	23,5	22,2	29,2	55,6	27,6
In de accommodatie gezellig samen zijn met de reisgenoten	(Vrijwel)	Percentage (%)	13	3,4	11,1	12,5	11,1	6,1
	1 - 2 x per	(*)	17,4	13,4	22,2	25	22,2	15,9
	3 - 5 x per	(*)	26,1	34,9	33,3	29,2	33,3	33,2
	(Vrijwel)	(**)	43,5	48,3	33,3	33,3	33,3	44,9
Totaal		Percentage (%)	10,7	69,6	4,2	11,2	4,2	100

Noot.

$\chi^2 = *p<.05, **p<.01, ***p<.001$