

Conclusies Texel Monitor - Q2 2026 vs Q2 2025

Kwaliteitsscores

De waardering voor Texel is in Q2 2026 over de hele linie gestegen ten opzichte van Q2 2025. De beoordeling van Texel als vakantie-eiland stijgt van 8,9 naar 9,1. Daarmee komt de algemene eilandwaardering net boven de 9 uit. Ook de Texelse natuur blijft zeer hoog gewaardeerd en stijgt van 9,1 naar 9,3. Het Texelse strand stijgt van 9,0 naar 9,2 en de kwaliteit van de wandel- en fietsmogelijkheden gaat ook van 9,0 naar 9,2. Dit bevestigt dat de kernkwaliteiten van Texel (natuur, strand, rust en ruimte) ook in Q2 2026 heel sterk worden beleefd.

Opvallend is dat alle gemeten onderdelen een stijging laten zien. De grootste stijging zit bij de kwaliteit van de Texelse musea: van 8,4 naar 8,7. De waardering voor de kwaliteit van de winkels stijgt met 0,2 punt.

De algehele prijs/kwaliteitsverhouding blijft, net als in Q2 2025, het laagst beoordeelde onderdeel, maar stijgt wel van 7,98 naar 8,10. Daarmee komt deze score in Q2 2026 weer boven de 8. Tegelijkertijd laten de open antwoorden zien dat prijs en betaalbaarheid nog steeds veel genoemd worden als aandachtspunt. Gasten zijn positief over de kwaliteit van Texel, maar benoemen regelmatig dat accommodaties, horeca en parkeren stevig aan de prijs zijn.

Respondenten die verbeterpunten zien, geven prijs/kwaliteit gemiddeld een 7,6, tegenover 8,3 bij respondenten die geen verbeterpunten zien. Ook de accommodatie wordt lager gewaardeerd door deze groep: 8,48 tegenover 8,98. Dat laat zien dat verbeterpunten vooral raken aan de ervaren waarde van het verblijf.

Belangrijkste redenen om naar Texel te komen

Natuur blijft veruit de belangrijkste reden om naar Texel te komen. In Q2 2026 noemt 93,8% van de respondenten natuur als reden, tegenover 91,3% in Q2 2025. Ook actieve dingen doen (wandelen, fietsen, zwemmen) blijft stabiel hoog met 59,1%. In de open antwoorden wordt dit vaak aangevuld met rust, eilandgevoel, de sfeer, het thuisgevoel of speciale activiteiten/ evenementen. Texel is voor veel bezoekers niet zomaar een bestemming, maar een plek waar men graag terugkomt en waar een persoonlijke band mee bestaat.

De grootste stijging bij de redenen om naar Texel te komen zit bij eten en drinken. Dit stijgt van 34% naar 39%, een verschil van 5 procentpunt. Ook winkelen stijgt duidelijk, van 14,7% naar 19,2%. Cultuur blijft vrijwel gelijk met 15,8%.

Wat heb je op Texel gedaan

De meest gekozen activiteiten blijven uit eten gaan/ horecabezoek, strandbezoek, wandelen en dorpjes bekijken. Strandbezoek stijgt van 74,1% naar 78,3% en is daarmee de meest opvallende stijging. Wandelen stijgt van 74,4% naar 77,0%. Ook winkelen stijgt (van 51% naar bijna 55%). Deze stijgingen passen bij het beeld dat gasten in Q2 2026 veel buiten zijn, maar ook graag dorpen bezoeken, winkels bekijken en gebruikmaken van horeca.

Fietsen daalt licht van 56,1% naar 53,7%. Museumbezoek (dit is excl. Ecomare) laat de grootste daling zien: van 30,8% naar 25,8%. Ook Texelse producten proeven daalt van 45,2% naar 41,3%. Toch blijven deze activiteiten nog steeds belangrijk binnen het totale verblijf.

In de open antwoorden bij deze vraag worden in Q2 2026 relatief vaak de schapenboerderij, lammetjes, cultuur en activiteiten genoemd. In Q2 2025 lag er juist meer nadruk op vogels en vogelexcursies. Daarmee blijft de invulling van het verblijf breed: van wandelen en strand tot kleinschalige activiteiten en lokale beleving.

Texel vakantie en herhaalbezoek

Texel wordt in Q2 2026 vaker als hoofdvakantie gezien dan in Q2 2025. Het aandeel respondenten dat aangeeft de hoofdvakantie op Texel te vieren stijgt van 24,6% naar 31,2%. Tegelijkertijd blijft Texel voor de grootste groep een tussendoorvakantie, maar dat aandeel daalt van 75,4% naar 68,8%.

Ook het herhaalbezoek is sterk. Het aandeel respondenten dat zes keer of vaker op Texel is geweest stijgt van 54,6% naar 59,0%. De groep die voor het eerst op Texel was, daalt van 11,3% naar 8,7%. De groep die Texel voor de tweede keer bezocht laat ook een daling zien, van 13,2% naar 8,4%. Dit laat zien dat Q2 2026 relatief meer vaste en ervaren Texelbezoekers bevat. Dat beeld sluit goed aan bij de open antwoorden, waarin veel mensen vertellen dat ze al jaren komen, als kind al op Texel waren of het eiland als een soort tweede thuis ervaren.

Van de bezoekers die zes keer of vaker op Texel zijn geweest, zegt 95,8% zeker terug te komen. Bij eerste bezoekers is dat 39,3%. Hoofdvakantiegeangers waarderen Texel als vakantie-eiland bovendien hoger dan tussendoorbezoekers: 9,4 tegenover 8,9.

Hoe op het idee gekomen

De belangrijkste verschuiving bij de inspiratie voor Texel is de stijging van 'uit gewoonte, ik kom hier regelmatig'. Dit aandeel stijgt van 41,4% naar 51,2%, een toename van 9,8 procentpunt. Herhaalbezoek en vaste gewoonte worden daarmee nog belangrijker.

Daartegenover staat een forse daling bij 'via familie/vrienden', van 28,7% naar 19,7%. Ook Google daalt van 8,6% naar 5,9%.

Tegelijkertijd laten de open antwoorden zien dat een groot deel van de motivatie nog steeds voortkomt uit eerdere ervaringen, persoonlijke herinneringen, familiebanden en het vaste Texelgevoel van rust en natuur. Maar ook Waddeneilanden ontdekken en bereikbaarheid en dichtbij worden regelmatig genoemd. Het wordt dan benoemd als: 'het voelt dichtbij, maar toch is het echt vakantie'.

Terugkeerintentie en aanbeveling

De terugkeerintentie is in Q2 2026 zeer hoog. Het aandeel respondenten dat zeker van plan is terug te komen stijgt van 76,7% naar 81,8%. 'Waarschijnlijk wel' daalt van 16,9% naar 13,1%, wat erop wijst dat een deel van de bezoekers stelliger positief is geworden. Negatieve antwoorden blijven zeer beperkt.

Ook de NPS stijgt duidelijk: van 62 naar 71.

In de open antwoorden bij terugkeerintentie worden vooral rust, natuur, vakantiegevoel, traditie en thuisgevoel genoemd. Veel respondenten geven aan jaarlijks terug te komen of zelfs alweer geboekt te hebben, waarbij Texel een tweede thuis of een plek om op te laden wordt genoemd.

Verwachtingen

Texel voldoet in Q2 2026 sterker aan de verwachtingen dan in Q2 2025. Het aandeel respondenten dat 'uitstekend' antwoordt stijgt van 59,2% naar 72,1%. Tegelijkertijd daalt 'goed' van 36,7% naar 25,4%. Daarmee lijkt een deel van de respondenten opgeschoven van goed naar uitstekend.

De lagere beoordelingen blijven klein. 'Voldoende' daalt van 3,3% naar 1,9%. Slecht en matig blijven beide ruim onder 1%.

De gast die hier 'uitstekend' antwoord, geeft veel hogere scores op de waarderingen dan de gast die 'goed' antwoordt. En is loyaler en beveelt Texel sterker aan.

Samenstelling reisgezelschap

Stel/koppel blijft de grootste groep, met 41,2% in Q2 2026. Reizen met familie stijgt van 13,4% naar 17,3%. Gezinnen dalen van 20,1% naar 16,4% en reizen met vrienden daalt van bijna 12% naar 8,5%. Alleen reizenden stijgen licht van 5,3% naar 6,6%.

In de open antwoorden valt op dat veel reisgezelschappen anders zijn samengesteld dan de standaardcategorieën. Denk aan moeder-dochter, vader-zoon, grootouders met kleinkinderen, samengestelde families en reizen met hond. Honden blijven in beide kwartalen duidelijk zichtbaar in de toelichtingen.

Bij de reisgezelschappen zijn verschillen in prijsbeleving zichtbaar. Gezinnen geven prijs/kwaliteit een 7,87 en familiegroepen een 7,91. Bij stellen/koppels ligt dit hoger, op 8,24.

Opleiding, inkomen en besteding per dag

HBO blijft de grootste opleidingsgroep, maar daalt van 36,3% naar 33,3%. MBO blijft de tweede groep en daalt licht van 25,6% naar 24,8%. VMBO/MAVO/LBO stijgt van 6,8% naar 8,3% en HAVO/VWO stijgt licht van 10,1% naar 11,1%.

Bij inkomen is vooral de groep 'weet ik niet/wil ik niet zeggen' groot en stijgend: van 40,5% naar 47,1%. Daardoor moeten conclusies over inkomens voorzichtig worden gelezen. De inkomensgroep € 40.000 tot € 60.000 daalt sterk van 22,7% naar 12,8%, terwijl € 60.000 tot € 80.000 stijgt van 11,9% naar 14,4%.

Bij de besteding per dag blijft € 50 tot € 100 de grootste groep, maar dit aandeel daalt van 33,3% naar 27,7%. De categorie € 100 tot € 150 stijgt van 18,6% naar 23,3% en € 150 tot € 200 stijgt van 8,8% naar 11,2%. Dit wijst op een verschuiving naar iets hogere dagbestedingen binnen een deel van de respondenten.

De groep die € 150 tot € 200 per dag besteedt, is relatief positief over horeca en prijs/kwaliteit. Een hogere besteding betekent niet automatisch een lagere prijsbeleving. Gasten kunnen bereid zijn meer te besteden, zolang de ervaren kwaliteit en beleving goed aansluiten.

Suggesties en tips voor Texel

De open antwoorden laten een duidelijk en terugkerend beeld zien. Veel respondenten zijn positief en geven aan dat Texel vooral moet blijven zoals het is. Tegelijkertijd worden

betaalbaarheid, drukte, behoud van eilandkarakter, openbare voorzieningen, parkeren, OV en horeca-aanbod regelmatig genoemd.

Waar in Q2 2025 regelmatig praktische verbeterpunten worden aangegeven (parkeren, fietspaden, openbare toiletten) wordt in Q2 2026 het behoud van Texel als rustig, kleinschalig en authentiek eiland vaker genoemd.

Ook herhaalbezoek springt eruit: vaste Texelgangers, vooral bezoekers die zes keer of vaker zijn geweest, hebben een zeer hoge terugkeerintentie. Voor ondernemers betekent dit dat het vasthouden van consistente kwaliteit belangrijk blijft.

Voor ondernemers en organisaties ligt hier een heldere boodschap: blijf investeren in kwaliteit, gastvrijheid en beleving, maar bewaak tegelijk de kleinschaligheid, de natuur en het gevoel van ruimte.

