KADO® TEXEL
KENNISPLATFORM

Texel Monitor Q2 2026 vs Q3 2025

Texel blijft geliefd, maar trouwe gasten worden kritischer

Texel krijgt opnieuw bijzonder hoge waarderingen van bezoekers. De natuur, het strand en het eiland als vakantiebestemming scoren allemaal boven de negen. Ook de bereidheid om terug te komen blijft groot. Toch laten de resultaten van de Texel Monitor over het derde kwartaal van 2026 meer zien dan alleen tevreden gasten.
KADO legt de resultaten van het derde kwartaal van 2026 naast dezelfde periode in 2025 en kijkt naar verschillen tussen bezoekersgroepen. Daaruit blijkt dat nieuwe bezoekers Texel anders beleven dan vaste gasten, hoofdvakantiegangers andere activiteiten ondernemen dan tussendoorbezoekers en de ervaren prijs-kwaliteitverhouding een belangrijk aandachtspunt blijft.
De belangrijkste vraag is daarmee niet alleen hoe Texel zijn hoge waardering behoudt, maar vooral hoe we de vakantiebeleving kunnen blijven versterken voor verschillende soorten gasten, zonder de kwaliteiten te verliezen waarvoor zij naar het eiland komen.

In het kort

1. **Texel blijft uitzonderlijk hoog gewaardeerd.** Natuur, rust en strand vormen de basis van de aantrekkingskracht. Behoud van deze kwaliteiten blijft essentieel.
2. **Trouwe bezoekers komen graag terug, maar zijn kritischer op prijs-kwaliteit.** Juist bij deze belangrijke groep is het nodig aandacht te houden voor de ervaren waarde van het aanbod.
3. **Nieuwe bezoekers en vaste gasten beleven Texel verschillend.** Dat biedt kansen om kennismakingsactiviteiten en vernieuwende ervaringen beter op de doelgroep af te stemmen.
4. **Niet iedere vakantie vraagt hetzelfde aanbod.** Hoofdvakantiegangers ondernemen meer verschillende activiteiten, terwijl bij tussendoorbezoekers kansen liggen voor kort en eenvoudig te plannen aanbod.
5. **De stap van een goede naar een uitstekende ervaring is belangrijk.** Bezoekers bij wie Texel uitstekend aan de verwachtingen voldoet, zijn vaker van plan zeker terug te komen.

1. Texels grootste kracht vraagt ook om bescherming
De waardering voor Texel als vakantie-eiland stijgt van een 9,0 naar een 9,1. Het strand en de natuur krijgen beide een 9,3. Ook de terugkeerintentie blijft uitzonderlijk hoog: ruim 94% van de bezoekers zegt zeker of waarschijnlijk opnieuw naar Texel te willen komen.
In de open antwoorden keren rust, natuur, ruimte en het Texelgevoel regelmatig terug. Opvallend is dat veel bezoekers vooral willen dat Texel blijft zoals het is.
Daar zit een belangrijke boodschap in. De aantrekkingskracht van Texel wordt niet alleen bepaald door wat er allemaal te doen is, maar juist ook door wat het eiland onderscheidt van andere vakantiebestemmingen. Rust, landschap en eilandkarakter zijn daarmee niet alleen prettige eigenschappen, maar ook belangrijke voorwaarden voor de toeristische aantrekkelijkheid.

Dat vraagt om bewuste keuzes. Nieuwe voorzieningen, activiteiten en toeristische ontwikkelingen kunnen waarde toevoegen, maar moeten wel passen bij de kwaliteiten waarvoor bezoekers komen.
Voor de gemeente betekent dit dat aandacht voor natuur, verkeersveiligheid, openbare ruimte en behoud van het eilandkarakter direct raakt aan de kwaliteit van de bestemming. Ondernemers kunnen zich onderscheiden door de bestaande Texelse kwaliteiten sterker onderdeel te maken van hun aanbod, bijvoorbeeld met kleinschalige natuurervaringen, lokale verhalen en activiteiten die passen bij het landschap.
Ook de praktische kant verdient aandacht. Wandel- en fietsmogelijkheden worden met een 9,1 hoog gewaardeerd, maar bezoekers noemen verbeterwensen rond fietspaden, routeinformatie, bankjes en verkeersveiligheid. Juist bij een zo gewaardeerde kwaliteit kunnen relatief concrete verbeteringen bijdragen aan een prettiger verblijf.

2. Vaste gasten zijn loyaal, maar stellen ook hogere eisen aan hun vakantie
Texel heeft een grote groep trouwe bezoekers. In het derde kwartaal van 2026 geeft 60,1% aan zes keer of vaker op Texel te zijn geweest.
De aanvullende analyse laat zien hoe sterk die binding is. Van de bezoekers die minstens zes keer eerder kwamen, zegt 89,4% zeker opnieuw naar Texel te willen komen. Tegelijkertijd beoordelen zij de prijs-kwaliteitverhouding gemiddeld met een 7,8, tegenover een 8,4 bij eerste bezoekers.
Dat verschil is interessant. Juist de mensen die Texel goed kennen en graag blijven terugkomen, zijn gemiddeld kritischer over wat zij voor hun geld krijgen.
Een mogelijke verklaring is dat ervaren bezoekers beter kunnen vergelijken met eerdere vakanties. Zij kennen het aanbod, merken veranderingen op en hebben mogelijk duidelijkere verwachtingen. Het onderzoek toont niet aan dat dit de oorzaak is, maar het maakt de combinatie van loyaliteit en kritiek wel relevant.
Ook in de algemene resultaten komt prijs-kwaliteit naar voren als aandachtspunt. Met een 8,0 is dit het laagst gewaardeerde onderdeel. In de open antwoorden worden vooral prijzen van accommodaties, horeca en parkeren genoemd. Bij accommodaties komen daarnaast onderhoud en schoonmaak terug.
Voor ondernemers is de vraag daarom niet uitsluitend of een prijs marktconform is, maar vooral of gasten ervaren dat de geboden kwaliteit daarbij past. Heldere informatie vooraf, verzorgde voorzieningen, goede service en het nakomen van verwachtingen zijn daarbij belangrijke aandachtspunten.
Voor VVV Texel ligt een kans om samen met ondernemers beter te begrijpen welke aspecten van prijs-kwaliteit vooral bij vaste gasten een rol spelen.
De grote loyaliteit is een kracht, maar geen vanzelfsprekendheid. Juist bij trouwe bezoekers blijft aandacht voor kwaliteit en ervaren waarde nodig.

3. Nieuwe bezoekers ontdekken Texel, vaste gasten zoeken mogelijk verdieping
De verschillen tussen eerste bezoekers en ervaren Texelgangers worden ook zichtbaar in hun activiteiten.
Van de eerste bezoekers gaat 42,2% naar Ecomare, tegenover 16,6% van de bezoekers die minstens zes keer op Texel zijn geweest. Ook de vuurtoren en musea worden relatief vaker door nieuwe bezoekers bezocht.

Dat is begrijpelijk. Wie voor het eerst naar Texel komt, wil waarschijnlijk de bekende plekken ontdekken. Voor vaste gasten zijn die bezienswaardigheden mogelijk al vertrouwd.
Dit onderscheid heeft gevolgen voor de manier waarop ondernemers en VVV Texel activiteiten onder de aandacht brengen.
Voor nieuwe bezoekers is het belangrijk dat het kenmerkende Texelse aanbod eenvoudig te vinden en te plannen is. Denk aan een overzichtelijke kennismaking met de belangrijkste bezienswaardigheden, inclusief openingstijden, praktische informatie en boekingsmogelijkheden.
Voor terugkerende gasten ligt de kans mogelijk ergens anders. Zij kennen de bekende plekken vaak al. Nieuwe verhalen, bijzondere excursies, wisselende activiteiten, lokale producten en seizoensgebonden ervaringen kunnen aanleiding geven om opnieuw iets te ontdekken.
Dat betekent niet dat Texel voortdurend nieuwe attracties nodig heeft. Vernieuwing kan ook zitten in de manier waarop bestaand aanbod wordt gecombineerd of gepresenteerd.
Voor VVV Texel biedt dit aanknopingspunten om op Texel.net en in de communicatie meer onderscheid te maken tussen bezoekers die het eiland voor het eerst ontdekken en gasten die al jaren terugkomen.
De strategische vraag is vooral: hoe zorgen we ervoor dat Texel vertrouwd blijft voelen en tegelijkertijd iets nieuws te bieden heeft?

4. Hoofdvakanties en korte vakanties vragen om verschillend aanbod
Texel wordt steeds vaker gezien als bestemming voor de hoofdvakantie. In het derde kwartaal van 2026 stijgt dit aandeel van 52,7% naar 59,8%.
De aanvullende analyse laat zien dat hoofdvakantiegangers vaker verschillende activiteiten ondernemen dan bezoekers die voor een tussendoorvakantie komen. Zij bezoeken bijvoorbeeld vaker het strand, beleven vaker de natuur en bezoeken vaker musea.
Een mogelijke verklaring is dat zij meer tijd op het eiland doorbrengen. Het onderzoek bevat echter onvoldoende informatie om vast te stellen in hoeverre verblijfsduur de verschillen verklaart.
Voor ondernemers ontstaat daarmee een interessant onderscheid.
Bij hoofdvakantiegangers kunnen uitgebreide activiteitenprogramma's, verschillende excursies en combinaties van natuur, cultuur en horeca aantrekkelijk zijn. Voor tussendoorbezoekers kan juist overzichtelijk aanbod interessant zijn dat weinig voorbereiding vraagt en goed binnen een korte vakantie past.
Ook de bestedingen verdienen aandacht. Van de tussendoorbezoekers die een bestedingsbedrag opgaven, meldt 23,6% minstens €150 per dag te besteden, tegenover 12,2% van de hoofdvakantiegangers. Dit gaat om uitgaven per reisgezelschap, exclusief verblijf, en zegt dus niet dat een individuele tussendoorbezoeker meer besteedt.
Voor horeca en activiteitenaanbieders kan het interessant zijn te onderzoeken of compacte arrangementen, korte excursies en eenvoudig boekbare activiteiten aansluiten bij deze bezoekers.
Voor VVV Texel is de uitdaging om het aanbod passend bij de vakantieduur zichtbaar te maken. Niet iedere gast zoekt een uitgebreid programma. Soms is juist een aantrekkelijke activiteit die morgen beschikbaar is het meest relevant.

5. Van goed naar uitstekend: juist de details kunnen verschil maken

Een van de opvallendste ontwikkelingen is dat bezoekers steeds vaker aangeven dat Texel uitstekend aan hun verwachtingen voldoet. Dat aandeel stijgt van 62,0% naar 66,2%.
De kruisverbanden laten zien dat dit oordeel samengaat met een duidelijk hogere terugkeerintentie. Van bezoekers die hun ervaring als uitstekend beoordelen, zegt 86,8% zeker terug te komen. Bij bezoekers die goed antwoorden, is dat 61,5%.
Dat betekent niet dat een uitstekende beoordeling automatisch leidt tot herhaalbezoek. De samenhang laat wel zien hoe relevant de totale vakantie-ervaring is.
Voor Texel is dit een belangrijk inzicht. Een bestemming die al zeer hoog gewaardeerd wordt, hoeft niet uitsluitend te zoeken naar grote nieuwe toevoegingen. Ook de kwaliteit van bestaande voorzieningen, dienstverlening en informatie kan bepalend zijn voor de ervaring van bezoekers.
Dat begint bij wat een gast vooraf verwacht en wat hij tijdens zijn verblijf daadwerkelijk aantreft. Kloppen de informatie en openingstijden? Is een activiteit eenvoudig te boeken? Voldoet de accommodatie aan de gewekte verwachtingen? En is duidelijk wat bij de prijs is inbegrepen?
Voor ondernemers kan het waardevol zijn om gasten niet alleen te vragen of zij tevreden waren, maar vooral wat hun verblijf uitstekend maakte of wat daarvoor nog ontbrak.
VVV Texel kan daarbij een rol spelen door actuele en betrouwbare informatie toegankelijk te maken, zowel vooraf als tijdens het verblijf. Ook samenwerking tussen ondernemers is relevant: de totale Texelbeleving bestaat immers uit meer dan één accommodatie, activiteit of horecabezoek.
De interessante vervolgvraag is welke concrete onderdelen van de vakantiebeleving het grootste verschil maken tussen een goede en een uitstekende ervaring. De monitor laat zien dát er een samenhang is, maar nog niet welke verbeteringen het meeste effect hebben.

Wat betekent dit voor Texel?

De Texel Monitor bevestigt dat het eiland een bijzonder sterke uitgangspositie heeft. Bezoekers waarderen Texel hoog, komen graag terug en zijn in toenemende mate zeer positief over hun vakantie.
Tegelijkertijd wordt duidelijk dat behoud van deze positie aandacht vraagt. Trouwe bezoekers blijven kritisch op prijs-kwaliteit, verschillende bezoekersgroepen hebben andere wensen en hoge waarderingen nemen praktische verbeterpunten niet weg.
De belangrijkste kans ligt daarom niet automatisch in meer aanbod of meer bezoekers, maar in het slimmer aansluiten op de verschillende behoeften van gasten en het versterken van de kwaliteit van hun verblijf.
Voor ondernemers, gemeente en VVV Texel ligt daar een gezamenlijke opgave: blijven vernieuwen en verbeteren, terwijl rust, natuur en het eigen karakter van Texel behouden blijven. Juist die combinatie bepaalt of bezoekers ook in de toekomst graag terugkomen.