

HILVERSUM BEZOEKERSMONITOR

september 2021

hilversum
marketing

Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
2. Conclusies	3
3. Culturele instellingen	5
4. Evenementen	8
5. Winkelgebieden	10
6. Overnachtingen	14
7. Live Hilversum	18

1. Inleiding

Voor je ligt de eerste editie van de bezoekersmonitor Hilversum. Deze monitor geeft de ontwikkeling weer van de bezoekerseconomie van Hilversum in de drie afgelopen jaren (2017/2018 - 2020). Denk hierbij aan informatie over het bezoek aan culturele instellingen, het aantal evenementen, de bezoekerskenmerken van winkelgebieden en het volume aan overnachtingen in hotels en bij particulieren (zoals Airbnb). De verzamelde data geven een indicatie van bezoekerstrends in Hilversum door de afgelopen jaren heen. Het is de intentie om deze monitor aan te vullen met relevante data en jaarlijks te herhalen.

Deze monitor is tot stand gekomen in samenwerking met de gemeente Hilversum en de verschillende instellingen in Hilversum, die hebben meegewerkt aan het verzamelen van de data. Vragen over de monitor? Neem contact op met Hilversum Marketing via info@hilversummarketing.nl.

2. Conclusies

Bezoek aan Hilversum groeit tot coronacrisis

- Tot aan de coronacrisis is er in het algemeen in de jaren 2017-2019 een stijgende lijn zichtbaar in het bezoek aan Hilversum.
- De bezoekersaantallen van de zes grotere culturele instellingen stegen in 2019 ten opzicht van 2018 gemiddeld met 6%. De instellingen waren in 2019 gezamenlijk goed voor ca. 730.000 bezoekers.
- De coronacrisis heeft drastische effecten op het bezoek in Hilversum. Zonder uitzondering zijn grote dalingen zichtbaar in 2020 voor het bezoek aan de culturele instellingen (-58%), het evenementenvolume (-72%), en het aantal overnachtingen in hotels (-52%) en via Airbnb (-40%).

Lichte afname aantal evenementen

- In de jaren 2018 - 2019 is een lichte afname zichtbaar van het aantal evenementen in de stad. Er worden de laatste jaren vooral minder markten en braderieën georganiseerd.
- In 2019 werden er in Hilversum 117 grote en kleine evenementen georganiseerd, goed voor ca. 310.000 bezoekers in totaal.
- De top 3 best bezochte evenementen in 2019 waren:
 - 1 Koningsdag en nacht (inclusief kermis) met ca. 65.000 bezoekers;
 - 2 Dutch Media Week (incl. open studio dagen) met ca. 50.000 bezoekers;
 - 3 Hilversum City Run met ca. 20.000 bezoekers.

Winkelgebieden vooral bezocht door inwoners

- Voor de winkelgebieden valt op dat Hilversum vooral een winkelfunctie heeft voor inwoners van Hilversum en de

omliggende gemeenten. De omzet is grotendeels afkomstig van eigen inwoners of van inwoners uit omliggende gemeenten. De winkelgebieden hebben een zeer beperkte toeristische functie. Dit valt vooral op voor het centrum. Het aandeel toeristische bestedingen ligt hier 2%. Dat is relatief laag in vergelijking met soortgelijke winkelgebieden waar dat aandeel gemiddeld op 6% ligt.

Vooral zakelijke hotelovernachtingen

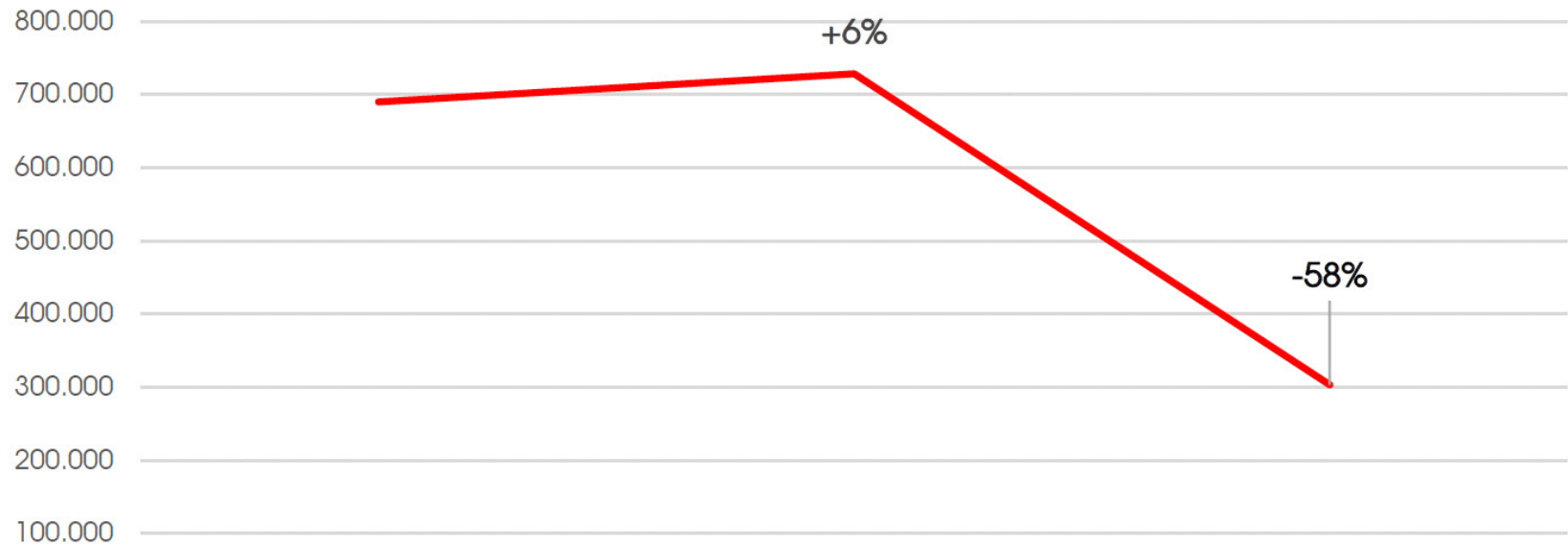
- In Hilversum groeide het aantal hotelovernachtingen van 2017 tot en met 2019 boven het Nederlands gemiddelde. De hotelmarkt kenmerkt zich door een groot aandeel zakelijke overnachtingen. Dit verklaart mede waarom het aantal hotelovernachtingen tijdens de coronacrisis bovengemiddeld hard daalde.
- Net als in andere gemeenten zien we in Hilversum een groei van het aantal Airbnb-aanbieders: van 106 aanbieders in 2016 naar 227 in 2019. Deze aanbieders zijn goed voor ca. 5.400 overnachtingen in 2016 en ruim 22.500 in 2019.

Stijging van online bezoekers

- Het bezoek aan de bezoekerswebsite www.livehilversum.com ontwikkelt zich afgelopen jaren gunstig. In het jaar 2020 heeft de website ruim 100.000 bezoekers.

3. Culturele instellingen

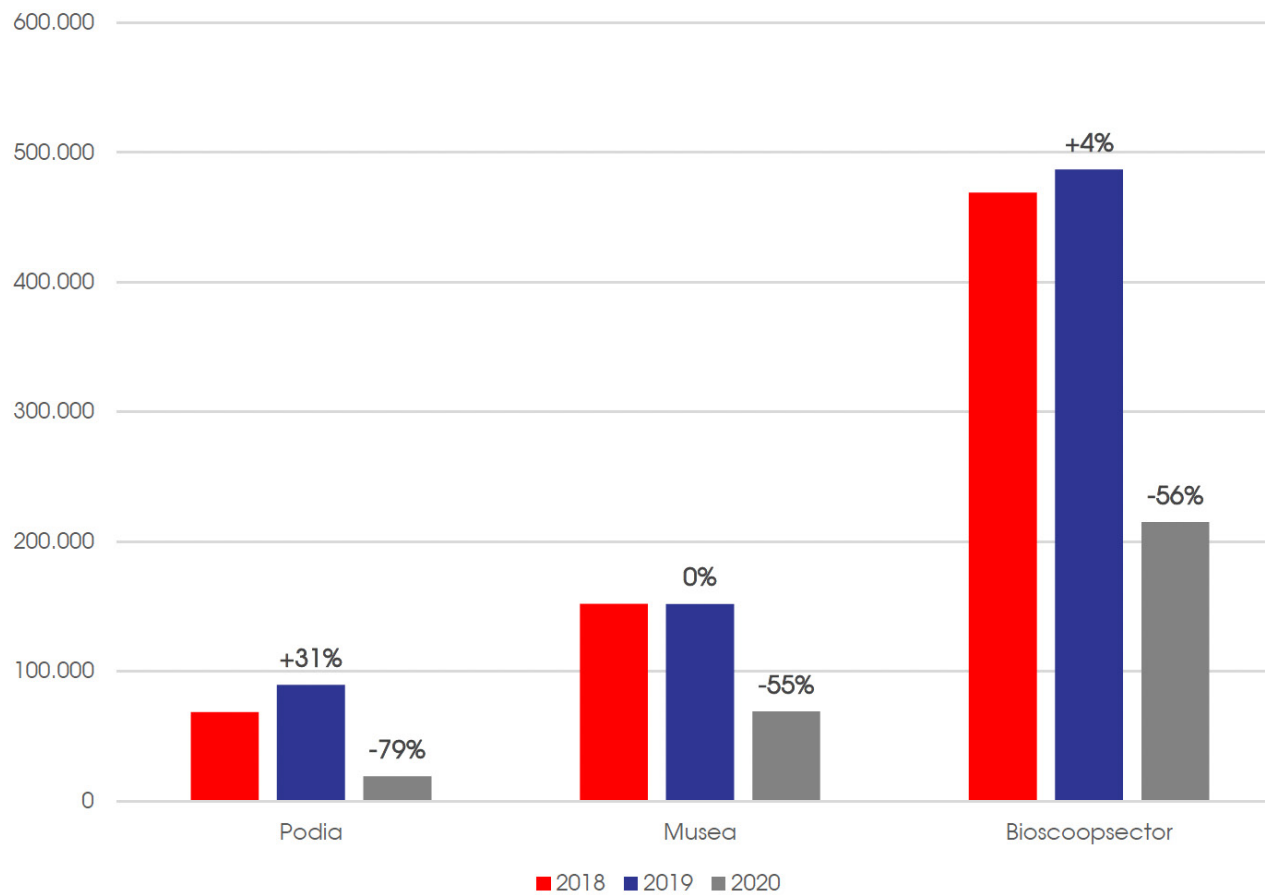
Figuur 1 bezoekersaantallen van culturele instellingen in Hilversum



Bron: data aangeleverd door culturele instellingen

- Tussen 2018 en 2019 zijn de bezoekersaantallen voor de grote culturele instellingen in totaal gemiddeld gezien toegenomen. Het totaal aantal bezoekers steeg in een jaar tijd met 6%. Dit is in lijn met de landelijke trend waarbij Nederlanders steeds meer vrijetijdsactiviteiten ondernemen.
- In 2019, voorafgaand aan de coronacrisis, kwamen er in totaal ca. 730.000 bezoekers naar de grote culturele instellingen in Hilversum (poppodium de Vorstin, cultureel centrum MCO, Museum Hilversum, Museum Beeld en Geluid en de twee filmvoorzieningen Filmtheater Hilversum en Vue Hilversum).
- De bezoekcijfers zijn sinds de lockdown van medio maart 2020 zeer sterk gedaald ten opzichte van 2019. Musea, theaters, podia en bioscopen moesten vanaf april hun deuren sluiten en konden alleen in de zomermaanden met beperkingen open. Het aantal bezoekers liep daardoor drastisch terug naar ca. 300.000 in 2020. Dit is een daling van 58%. Dit beeld is ook landelijk te zien.

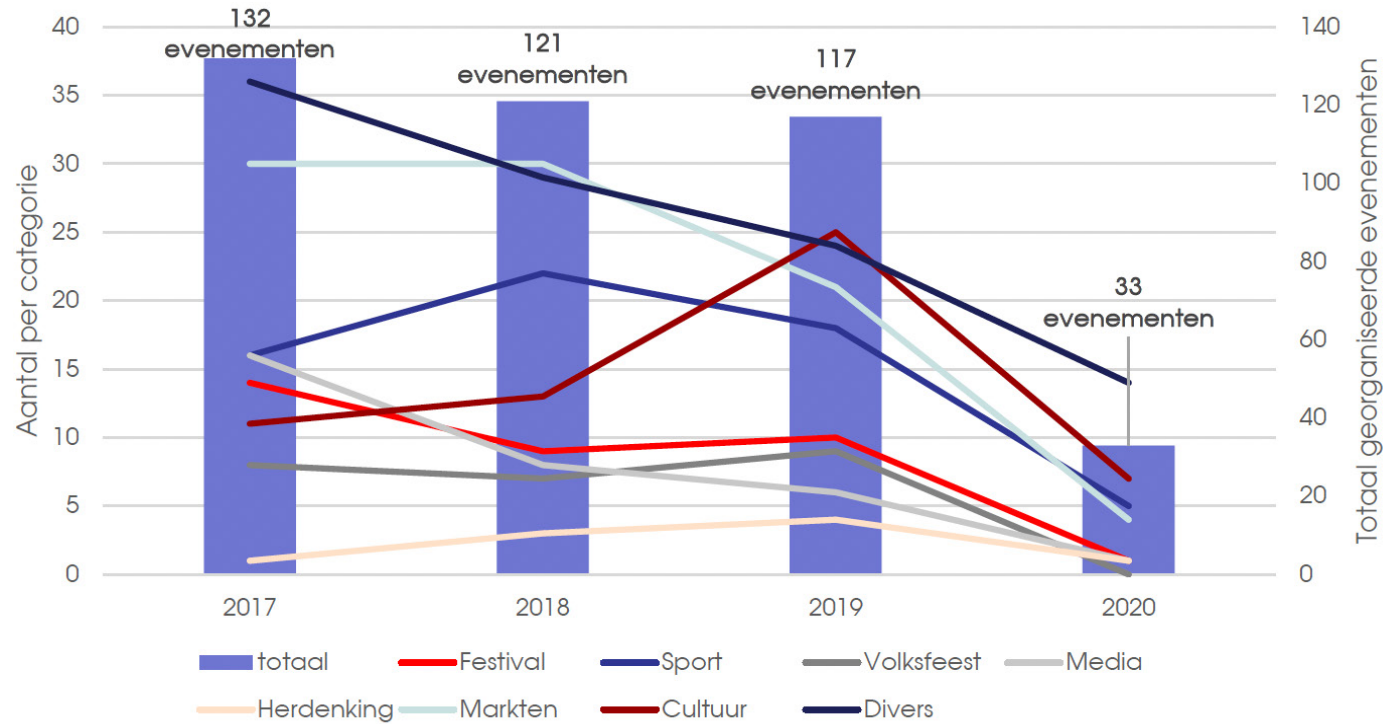
Figuur 2 bezoekersaantallen per cultureel segment in Hilversum



Bron: data aangeleverd door culturele instellingen

4. Evenementen

Figuur 3 aantal georganiseerde evenementen in Hilversum

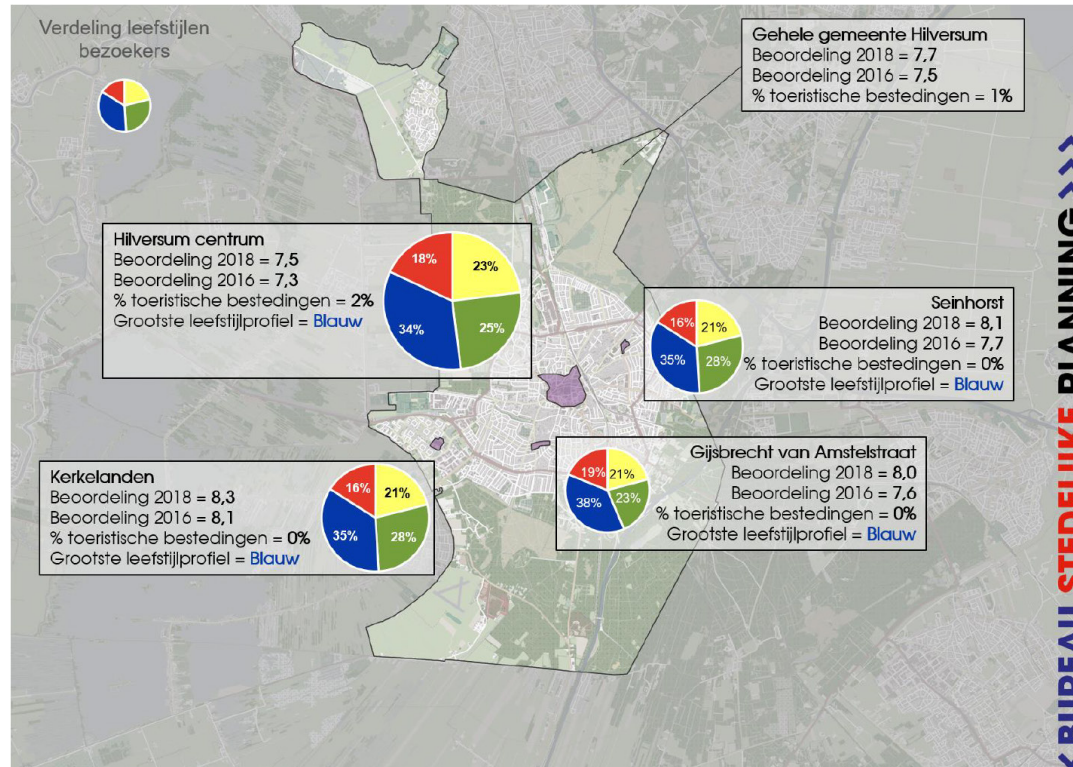


Bron: gemeente Hilversum

- In de jaren voorafgaand aan corona (2020) was er een lichte afname in het aantal georganiseerde evenementen. Met name het aantal markten en braderieën nam af, van 30 in 2018 naar 21 in 2019. Dit is opmerkelijk aangezien landelijk gezien het aantal evenementen in dezelfde periode licht toenam. Dit zijn wel met name kleine festivals, het aantal bezoeken is landelijk stabiel gebleven, waar het voor 2018 nog hard steeg.
- In de type evenementen kenmerkt Hilversum zich als mediastad. Op het mediapark worden jaarlijks ca. 10 evenementen georganiseerd zoals de Open Studio Dagen en het Top 2000 café. De media-evenementen waren in 2019 samen goed voor ongeveer een derde van het totaal aantal bezoekers in de gemeente.
- In 2020 zijn vrijwel geen evenementen georganiseerd vanwege Covid. Er zijn dat jaar ca. 90 evenementen afgelast die op de kalender stonden. Het aantal evenementen is in 2020 gedaald van 117 naar 33 ofwel een afname van ca. 72%.
- De top vijf evenementen in bezoekersaantallen in 2019 werd gevormd door:
 1. Dutch Media Week (incl. open studio dagen) met ca. 50.000 bezoekers
 2. Koningsdag en nacht met ca. 40.000 bezoekers
 3. Koningskermis met ca. 25.000 bezoekers
 4. Hilversum City Run met ca. 20.000 bezoekers
 5. Intocht Sinterklaas met ca. 15.000 bezoekers

5. Winkelgebieden

Figuur 4 leefstijlprofielen bezoekers, beoordelingen en toeristische bestedingen per winkelgebied



Bron: Market Response en Randstad Koopstromenonderzoek (KSO) 2018

In 2016 en 2018 heeft provincie Noord-Holland het Randstad Koopstromenonderzoeken laten uitvoeren. In 2022 komen er nieuwe data beschikbaar, Uit de resultaten van de onderzoeken van in 2016 en 2018 valt onderstaande op:

Relatief weinig toeristische bestedingen

- In Hilversum worden relatief weinig toeristische bestedingen gedaan. Toeristische bestedingen zijn bestedingen van inwoners die niet woonachtig zijn in Hilversum of in de omliggende gemeenten* (ca. 20 autominuten). Van het totaal aantal bestedingen in de gemeente is voor alle winkelgebieden in totaal slechts 1% afkomstig van toeristen, in benchmarkgemeenten (tussen de 50.000 en 100.000 inwoners) ligt dit op 6%.
- De omzet van de winkels in Hilversum is met name afkomstig van eigen inwoners (74%). Daarnaast heeft Hilversum een belangrijke regionale functie. Van de omzet komt 25% uit de omliggende gemeenten, in benchmarkgemeenten (tussen de 50.000 en 100.000 inwoners) ligt dit percentage op 21%.

Waardering winkelgebieden

- Het gaat in 2018 goed met de waardering voor de winkelgebieden in Hilversum. Het rapportcijfer voor de winkelvoorzieningen in Hilversum ligt dat jaar met een 7,7 net iets boven het gemiddelde van benchmarkgemeenten (7,6). Ten opzichte van 2016 is in de meting van 2018 de waardering gestegen met 0,2 punt.
- Ook het horecaanbod en de evenementen in de winkelgebieden worden in 2018 bovengemiddeld beoordeeld. De horeca krijgt dat jaar een rapportcijfer van een 6,9 en de evenementen een 6,5. In de benchmarkgemeente ligt dit op een 6,5 en 6,0. Wel is de waardering voor deze onderdelen lager dan in 2016 (7,1 en 6,6).

Waardering stadscentrum

- De beoordeling van het centrum van Hilversum (in 2018) ligt met een 7,5 lager dan de beoordeling van een 7,9 voor de benchmarkcentra (centrumlocatie met 60.000 tot 100.000 m2 voorzieningen). Wel ligt de totale beoordeling 0,2 punt hoger dan in 2016.
- De bereikbaarheid met de auto en parkeermogelijkheden worden als minst prettig ervaren.

- Het rapportcijfer voor het horecaaanbod (7,9) en de evenementen (7,2) ligt lager dan bij de benchmarkcentra met een 8,1 en 7,5. Wel is de waardering voor het horecaaanbod met 0,2 punt beter beoordeeld dan in 2016.
- Ook in specifiek het centrum ligt het aandeel toeristische bestedingen relatief laag met 2%. In benchmarkcentra (centrumlocatie 60.000-100.000 m2) ligt dit aandeel op 6%.

**Omliggende gemeenten: Wijdmeren, Gooise Meren, Huizen, Stichtse Vecht, Laren, Baarn, Blaricum en Eemnes.*

BSR Leefstijlprofielen van bezoekers winkelgebieden Hilversum



Bron: Market Respons, 2018. Voor meer informatie over de leefstijlkleuren (segmenten of werelden), zie ook www.leefstijlvinder.nl

Market Respons heeft in opdracht van Hilversum Marketing en de winkelgebieden een onderzoek uitgevoerd naar het leefstijlprofiel van de bezoekers aan de winkelgebieden in Hilversum. Hierin valt het volgende op:

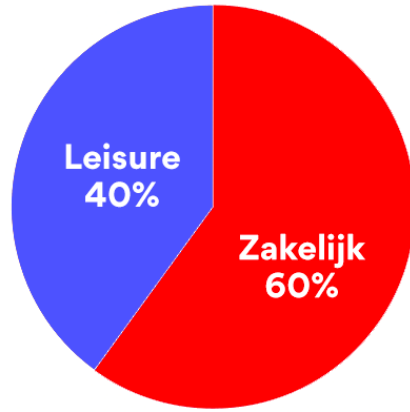
- De bezoekers aan al de winkelgebieden in Hilversum worden gekenmerkt door het bovengemiddelde hoge aandeel van het blauwe segment, dit zijn mensen met een focus op controle en status. Deze doelgroep heeft de volgende kenmerken: het zijn de early adopters, ze zijn bereid te betalen voor kwaliteit, maar hebben wel hoge eisen.
- De bezoekers hebben een laag aandeel in het gele segment. Deze groep is gericht op een ontspannen leefstijl. Harmonie is het kernbegrip. Ze stellen sociaal netwerk, ontmoeting en gezelligheid voorop.
- De inwoners van de gemeente Hilversum hebben net als de bezoekers een relatief hoog aandeel personen in het blauwe segment en een relatief laag laag aandeel in het gele segment. Opvallend is dat er relatief veel inwoners in het rode segment zitten waar dit voor de bezoekers gemiddeld is. Mensen met een rood profiel zijn eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ze hebben relatief veel interesse voor horeca, uitgaan en culturele activiteiten en trekken graag hun eigen plan. Ze kiezen vooral voor vrijheid en zelfontplooiing. Rood is snel uitgekeken en aarzelt niet om te switchen.

6. Overnachtingen

Groei in overnachtingen maar flinke dip door Corona

- In 2019, voorafgaand aan de coronacrisis, vonden er in totaal ca. 58.000 overnachtingen plaats in de vijf hotels van Hilversum. De gemiddelde bezettingsgraad bedroeg 70,7%.
- Tussen 2017 en 2019 is het aantal overnachtingen toegenomen met 16%. Daarmee was sprake van een bovengemiddelde groei, landelijk groeide het aantal overnachtingen in dezelfde periode met 11%. Ook de bezettingsgraad nam toe van 60,3% in 2017 naar 70,7% in 2019. De bezettingsgraad ligt daarmee op een gezond niveau (norm: 65%) maar nog wel iets onder het landelijk gemiddelde van 73,5% (excl. De zeer toeristische gebieden Amsterdam en Schiphol).
- Het aantal hotelovernachtingen in Hilversum ligt relatief laag met 0,6 overnachtingen per inwoner. Het landelijk gemiddelde (zonder de zeer toeristische gebieden Amsterdam en Schiphol) ligt op 2,6 overnachtingen per inwoner.
- In 2020 tijdens de coronamaatregelen daalde het aantal overnachtingen met 52% ten opzichte van 2019. Ook de bezettingsgraad liep ver terug tot 38,1%. Deze daling is iets sterker dan het landelijk gemiddelde.

Hotels in Hilversum gericht op de zakelijke markt



Bron: drie van de vijf hotels van Hilversum

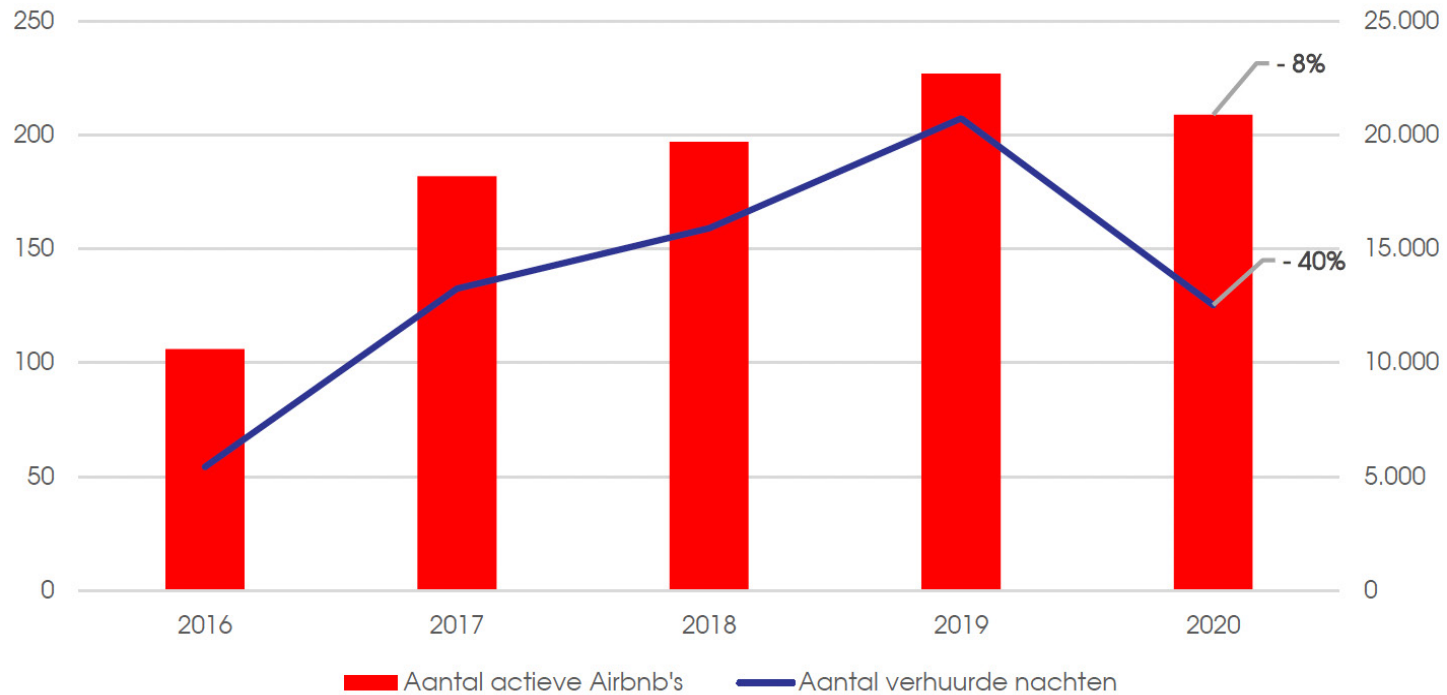
- De hotelmarkt in Hilversum kenmerkt zich door het hoge percentage zakelijke overnachtingen. De verdeling bedraagt ca. 60% zakelijke overnachtingen en 40% leisure overnachtingen. Het Nederlands gemiddelde is precies andersom: 40% zakelijk en 60% leisure.
- De verklaring voor het grote aandeel zakelijke overnachtingen is de aanwezigheid van grote multinationals in Hilversum. Daarnaast spelen de ligging (centrale uitvalsbasis voor Nederland) en de vele (internationale) beurzen die in de

nabijheid (Amsterdam en Utrecht) worden georganiseerd ook een rol.

- De relatief grote krimp van het aantal hotelovernachtingen kan worden verklaard vanuit de grote afhankelijkheid van het zakelijk toerisme. Door de restricties kwam met name het zakelijk toerisme grotendeels stil te vallen. In 2020 waren er in Hilversum dan ook meer leisure overnachtingen dan zakelijke overnachtingen.

Sterke toename aantal Airbnb aanbieders en overnachtingen

Figuur 5 aantal actieve Airbnb's en aantal verhuurde nachten Airbnb's Hilversum

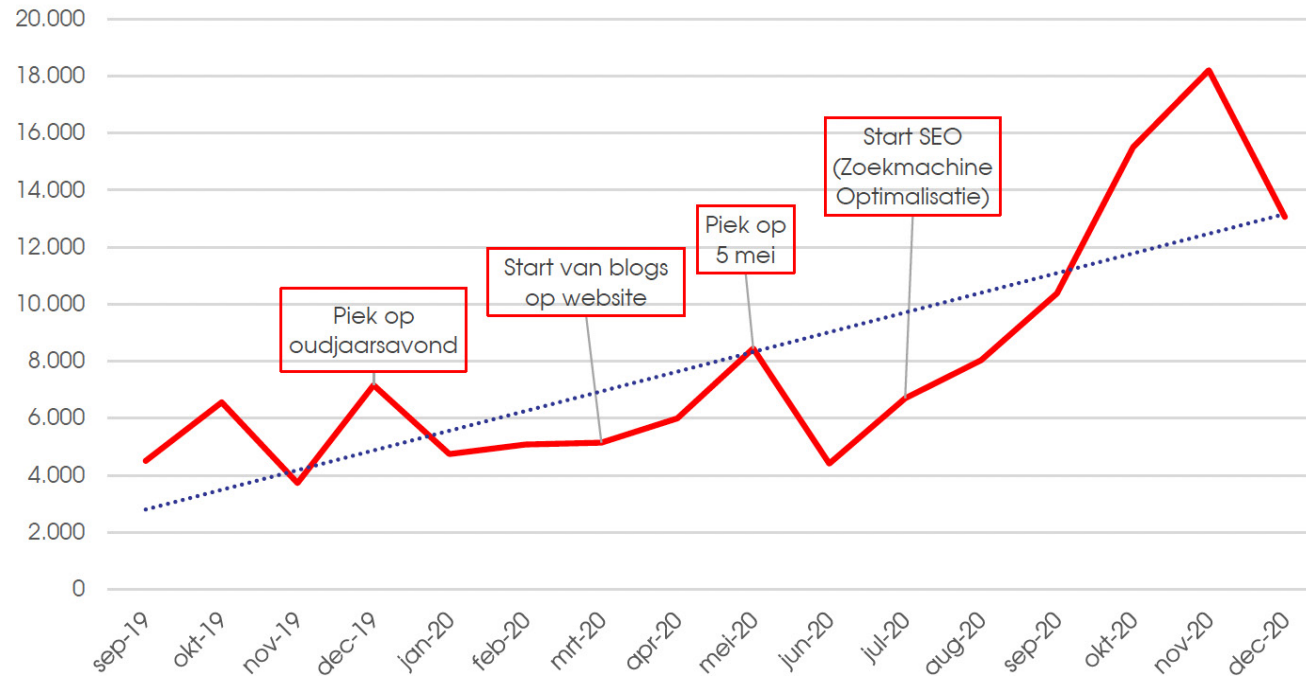


Bron: AirDNA, Universiteit Utrecht, 2021

- Het aantal actief aangeboden Airbnb's is tot aan de coronacrisis afgelopen vier jaar gegroeid in Hilversum: van 106 in 2016 naar 227 in 2019. Het aantal overnachtingen is in dezelfde periode eveneens gestegen: van ca. 5.400 overnachtingen in 2016 tot ruim 22.500 overnachtingen in 2019. In benchmarkgemeenten als Amersfoort en Almere zien we vergelijkbare stijging: de situatie voor Hilversum is zodoende niet specifiek. Hilversum valt buiten de top 40 van steden met particuliere overnachtingen en is in volume vergelijkbaar met Stichtse Vecht.
- In 2020 is door corona het aantal overnachtingen fors gedaald: het aantal overnachtingen daalde met 40% ten opzichte van 2019. Ook het aantal actieve Airbnb's is in 2020 gedaald: in totaal werden er 18 woningen minder aangeboden dan in 2019.

7. Live Hilversum




Figuur 6 aantal bezoekers www.livehilversum.com van september 2019 tot december 2020.



Bron: website www.livehilversum.com

- Livehilversum.com is hét online platform voor inwoners en bezoekers van Hilversum om inspiratie op te doen voor uitgaan, uit eten en drinken, uitjes en evenementen. In heel 2020 telde de website ruim 100.000 bezoekers. Gemiddeld waren dit ca. 9.000 bezoekers per maand met een piek van ruim 18.000 bezoeken in november.
- Sinds september 2019 (start van bijhouden bezoekersaantallen) is er een lineaire groei in aantal bezoeken waarneembaar, met name sinds de invoering van de zoekmachine optimalisatie in juli 2020. Opvallende pieken zijn behaald tijdens bevrijdingsdag en in de periode rondom de top 2000.
- Bijna twee op de drie inwoners (65%) is bekend met livehilversum.com en ca. 9% raadpleegt het medium voor informatie of inspiratie over uitgaan, evenementen en andere dingen op te doen in de stad (Bron: I&O Research, Monitor Hilversum 2020 en 2019).

hilversum marketing

 [hilversummarketing](#)
 [hsummarketing](#)
 www.hilversummarketing.nl