

120.000 internationale bezoekers voor themajaar Mondriaan tot Dutch Design

13-12-2017 09:32

Ten opzichte van voorgaande themajaren is het Mondriaan tot Dutch Design themajaar wat bescheidener van opzet. In totaal kwamen in 2017 zo'n 600.000 bezoekers (binnen én buitenland) op de manifestaties af. Zij waren goed voor circa 110 miljoen euro aan totale bestedingen. NBTC spreekt van een 'buitengewoon succesvol verlopen jaar'. De 120.000 internationale bezoekers (20 procent) zorgden voor ruim 75 miljoen aan bestedingen.



Het Mondriaan tot Dutch Design themajaar is een initiatief van NBTC Holland Marketing in samenwerking met 32 partners door het hele land. De aanleiding voor het themajaar was het feit dat 100 jaar geleden kunststroming De Stijl werd opgericht in Leiden. **Ter vergelijking met voorgaande themajaren:** 2016: [Jheronimus Boschjaar / 1,4 miljoen bezoekers uit binnen en buitenland / 153,1 miljoen bestedingen \(76 miljoen door buitenlands bezoek\)](#). 2015: [Van Gogh Themajaar met bijna 1 miljoen internationale bezoekers / 500 miljoen bestedingen door buitenlands bezoek](#) Red.: De jaarverslagen zijn niet op een zelfde wijze opgesteld, zodat een vergelijking slechts ten dele mogelijk is. **Spreiden van bezoekers werkt** Het themajaar sluit aan bij de HollandCity-strategie waarmee NBTC inzet op spreiding van (inter)nationale bezoekers. "Door samen met verschillende regio's en steden te investeren in een aansprekend thema, inspireer je met name internationale gasten tot bezoek aan plekken waarmee ze vooraf nog niet bekend waren. Zo hebben onder andere steden en regio's zoals Amersfoort, Drachten, Gelderland en Brabant kunnen meeprofiteren van internationale bezoekers. We kunnen dus stellen dat spreiding van internationale bezoekers werkt," aldus Conrad van Tiggelen, directeur marketing NBTC. Den Haag was de populairste trekpleister met de grote Mondriaan tentoonstellingen. De Hofstad was daarmee goed voor bijna de helft van alle inkomsten. Met het bezoek en de bestedingen in Brabant neemt de regio een tweede plaats in, voor Utrecht-Amersfoort (derde) en Gelderland (vierde). **Wereldwijd ruim 15 miljoen mediawaarde** Dat het Mondriaan tot Dutch Design jaar hét

jaar was voor de kunst- en designliefhebber om Nederland te bezoeken, is ook bij de internationale media niet onopgemerkt gebleven. In totaal hebben ruim 150 internationale journalisten waaronder de New York Times, Le Monde, De Morgen en Wallpaper kennisgemaakt met de vele tentoonstellingen en evenementen die werden verzorgd tijdens het themajaar. “Het Mondriaan tot Dutch Design themajaar zorgde voor een grote boost wat betreft internationale media-aandacht voor Eindhoven als designstad, maar ook voor Dutch Design Week als het festival voor de toekomst van design voor een internationaal publiek,” aldus Raffaella Vandermühlen, Dutch Design Foundation. In totaal heeft het themajaar wereldwijd ruim 15 miljoen euro aan mediawaarde gerealiseerd in honderden print en online publicaties. **Nederland rijker aan culturele iconen** Het succesvolle themajaar draagt bij aan een rijkere reputatie van ons land met betrekking tot het aanbod van culturele iconen. Waar Nederland voorheen vooral werd geassocieerd met Rembrandt en Van Gogh, maken internationale bezoekers tegenwoordig ook kennis met Dutch Design en de befaamde kunstenaars uit de periode van De Stijl, zoals Theo van Doesburg, Bart van der Leek, Gerrit Rietveld en Piet Mondriaan. De tentoonstellingen en evenementen die tijdens dit themajaar zijn georganiseerd laten zien dat Nederland trots mag zijn op kunstenaars van toen en nu. Meer informatie: www.holland.com/be_nl/toerisme/holland-stories/mondriaan-tot-dutch-design.htm

Redactie