

Festivals profiteren van toename toerisme in Nederland

11-03-2019 06:48



Het festivalbezoek in Nederland maakte in de afgelopen vijf jaar per saldo een zeer sterke groei door. Het aantal bezoekers steeg sinds 2013 met ongeveer een kwart. Inmiddels zijn er jaarlijks ongeveer 27 miljoen festivalbezoeken in ons land.

Festivals zijn fors gegroeid en meer internationaal georiënteerd
Campingbezoek tijdens festivals in enkele jaren met 70 procent gestegen
Festivalbranche verandert komende jaren: meer pin, meer duurzaamheid en meer hygiëne

Om de benodigde bezoekersbeleving te verhogen, zijn festivals steeds meer minidorpen geworden. Er is hierbij veel aandacht voor de zogeheten randprogrammering, zoals een bezoek aan de sauna, een taekwondo-workshop, een silent disco of een kampvuur. Veel festivalbezoekers vinden dit belangrijk. Ook verhogen overnachtingsmogelijkheden de bezoekersbeleving: het aantal campingbezoekers op festivals steeg van 2014 tot en met 2017 met maar liefst 70 procent. Festivals zijn daarmee ook aantrekkelijk voor buitenlandse toeristen, wat ook in de toekomst extra groeikansen biedt. Waar festivals vroeger vooral op het binnenland waren gefocust, zijn zij nu steeds meer internationaal georiënteerd. Zo zijn festivalgangers uit Indonesië, Mexico en Dubai geen uitzondering.

Steeds kritischer consument dwingt veranderingen af

Ondanks de sterke groei staan festivals voor uitdagingen: de concurrentie is groot, het aantal festivals is gegroeid naar zo'n 950 per jaar. Mede door het grote aanbod is het publiek kritischer en is het voor festivalorganisatoren volgens ABN AMRO nodig nog meer aandacht te geven aan de gehele bezoekersbeleving. Zo hebben veel bezoekers een voorkeur om te betalen met pin in plaats van met munten. Dit kan leiden tot extra uitdagingen, omdat organisatoren dan kwetsbaarder zijn voor bijvoorbeeld stoomstoringen. Ook andere factoren spelen een grote rol in de bezoekersbeleving, blijkt uit het onderzoek. Zo kan meer aandacht voor duurzaamheid, hygiëne en het voorkomen van lange wachtrijen ervoor zorgen dat een festival een krachtige en positieve ervaring wordt. Voor 61 procent van de festivalgangers is een gebrek aan hygiëne nu een van de grootste irritatiebronnen.

Grote interactie gewenst bij zakelijk evenement

Bezoekers zullen er steeds meer van profiteren dat tijdens evenementen de bezoekersbeleving centraal staat. "Hierbij speelt ook de voorpret een grote rol. Van de festivalgangers vindt 80 procent het belangrijk zich uitgebreid te kunnen oriënteren op locatie en artiesten, bijvoorbeeld met behulp van een aftermovie van de vorige editie. Maar het is ook belangrijk wachtrijen te verkorten, bijvoorbeeld door bezoekersstromen te analyseren", zegt Sonny Duijn, Sector Econoom bij ABN AMRO. "Ook bij zakelijke events gaat de bezoekersbeleving verder omhoog. Hier klinkt onder bezoekers een roep om een grote interactie en willen zij een actieve rol spelen bij het vormgeven van een evenement. Zo kun je als organisator de beleving verhogen, al verlies je daardoor een deel van de controle vooraf. Ook een goede akoestiek - nu vaak een bekritiseerd punt bij zakelijke events - is cruciaal. Voor bezoekers is netwerken en het leggen van contacten immers een van de topprioriteiten."

met dank aan:

Sonny Duijn, sector econoom leisure en retail bij ABN AMRO

[ABN AMRO sector leisure](#)

Redactie