

Van knelpunt naar kans

Pleidooi voor het versterkt en versneld inzetten op HollandCity

Aanleiding: urgentie en kans

In 2016 bezochten zo'n 15,7 miljoen internationale bezoekers ons land, een stijging van 5% ten opzichte van 2015. De gastvrijheidssector levert een onmisbare en groeiende impuls aan de economie en is goed voor ruim € 75 miljard aan bestedingen, en creëert in Nederland zo'n 640.000 banen. Banen die voor kwetsbare groepen in de samenleving, zoals laaggeschoolden, een opstap kunnen zijn. De gastvrijheidssector vormt dé ontmoetingsplek voor iedereen uit de samenleving en levert zo een belangrijke bijdrage aan welzijn, sociale verbinding, culturele waarden en sociale samenhang en leefbaarheid.

Als gevolg van de groeiende welvaart neemt het mondiale reisverkeer de komende jaren verder toe. De United Nations World Tourism Organization (UNWTO) verwacht een groei van 1,2 miljard reizigers in 2015 naar 1,8 miljard mondiale reizigers in 2030, een groei van 50% in 15 jaar tijd. Voor ons land betekent eenzelfde groei zo'n 7 miljoen extra internationale bezoekers richting 2030 (t.o.v. 2015). Veel van onze internationale gasten bezoeken Amsterdam, Giethoorn, Kinderdijk, Volendam en andere hotspots. Plekken die zwaar belast worden, volgens sommigen zelfs overbelast. Hierbij kan sprake zijn van toenemende overlast. Als we niets doen bezoeken onze toekomstige gasten dezelfde plekken op dezelfde momenten. Terwijl andere delen in ons land moeite hebben om zich staande te houden of zelfs krimpen; we zien daar lege winkels, scholen en huizen en jongeren en hoger opgeleiden die wegtrekken. Hiermee dreigt een kloof te ontstaan tussen succesvolle stedelijke regio's en de rest van Nederland.

De verwachte groei van het aantal buitenlandse gasten biedt een groot economisch potentieel en levensgrote kans om de positie van middelgrote steden en streken de komende jaren te versterken. Wanneer we bezoekers spreiden in tijd en bovenal ruimte, stimuleert toerisme de economie én de regionale vitaliteit, juist ook buiten de Randstad. Een optimale spreiding van onze gasten zorgt ervoor dat steden, streken en dorpen in héél Nederland bruisend en vitaal blijven. NBTC wil dit, samen met private en publieke partners, realiseren door versterkt en versneld in te zetten op de HollandCity-strategie.

HollandCity: ruimte en richting geven aan de groei

Met het innovatieve concept HollandCity, richt NBTC zich op activiteiten die ruimte en richting geven aan het groeiend aantal internationale gasten. Zo positioneren we Nederland als metropool met verschillende aantrekkelijke districten op korte afstand van elkaar. Voor internationale bezoekers zijn de afstanden in ons land zo klein dat ze vergelijkbaar zijn met de afstanden binnen grote wereldsteden. Door te spelen met deze perceptie van afstanden en reistijden kunnen we bezoekers in toenemende mate spreiden en kennis laten maken met nieuwe bestemmingen binnen Nederland. Hierbij spelen de zogenaamde verhaallijnen een belangrijke rol, hiermee wordt aan de hand van interesses van bezoekers de aandacht op meerdere plekken in ons land gericht. Onze jarenlange ervaring in toerisme marketing leert ons dat interesses en bestemmingsvoorkeuren van bezoekers zich niet laten wijzigen, wel kunnen we ze verleggen en verbreden. Voor gasten geïnteresseerd in Van Gogh, zijn zowel Amsterdam, de regio Arnhem als Noord-Brabant interessante bestemmingen. Door deze plekken te koppelen door middel van zogenaamde verhaallijnen zorgen we ervoor dat bezoekers steeds meer op andere plaatsen komen dan alleen in Amsterdam.



Nu investeren in de oplossing van morgen

Met HollandCity investeren we nú in de oplossingen van morgen. We merken dat onze aanpak in zijn huidige vorm tegen grenzen aanloopt. In veel gebieden is meer nodig dan de 'marketing van het product'; in deze gebieden moet het product eerst ontwikkeld worden om het potentieel van de regio te kunnen realiseren. Om de kansen die HollandCity biedt te benutten, wil NBTC versterkt en versneld inzetten op deze strategie. Met HollandCity kunnen we een brug slaan tussen grote thema's als krimpregio's, het verbeteren van bereikbaarheid en het geleiden van bezoekersstromen middels big data-analyse van bezoekersgegevens. NBTC wil de spreiding van toerisme gebruiken als hefboom voor gebiedsontwikkeling, die resulteert in economische groei, toenemende werkgelegenheid en de verbetering van het voorzieningsniveau en de bereikbaarheid. Op deze manier wordt toerisme een effectief middel tegen krimp in regio's die moeite hebben om hun aantrekkingskracht te behouden. Zo kunnen we het optimale effect bewerkstelligen van het groeiende mondiale reisverkeer voor onze samenleving, ten behoeve van een leefbaar, geliefd en waardevol Holland, voor bewoners, bezoekers en bedrijven, nu en straks.

Naar Engels voorbeeld

Ter inspiratie voor 'HollandCity' dient het 'Discover England Fund'. In Engeland wordt door middel van een vergelijkbaar fonds, spreiding van toerisme gestimuleerd door een actieve bijdrage te leveren aan de stimulering en cofinanciering van innovatieve gebieds- en productontwikkeling, digitale ontsluiting en distributie en internationale marketing. Hiervoor is door de Engelse overheid voor de komende drie jaar, 40 miljoen GBP (omgerekend ruim 47 miljoen euro) aan additionele financiering vrijgemaakt.

Samen investeren in additionele opgave

De afgelopen twee jaar heeft NBTC met ondersteuning van het toenmalige ministerie van Economische Zaken een eerste start kunnen maken met de implementatie van het marketingdeel van de HollandCity-strategie. De benodigde spreiding komt, nu NBTC zich enkel in kan zetten op de marketing van het product, onvoldoende snel tot stand. Bezoekers, maar ook investeringen uit de markt, concentreren zich hoofdzakelijk binnen de Randstad. Gezien de grote uitdaging en de noodzaak om door marktreflexen heen te breken is een grote schaa sprong voor de strategie nodig; naast de marketing van het product moeten de producten ook ontwikkeld worden.

Om dit te realiseren wil NBTC samen met partners, bedrijven en overheden versterkt en versneld inzetten op HollandCity. Het gaat hierbij nadrukkelijk om een forse, additionele opgave. NBTC wil dit bewerkstelligen door samen met partners een kansenkaart te ontwikkelen, een 'levend' document van potentiële projecten die bijdragen aan de realisatie van de HollandCity-strategie, dat wordt omgezet in een investeringsagenda ten behoeve van:

- Het realiseren van HollandCity: optimale spreiding van het groeiende aantal bezoekers in ruimte en tijd creëren
- Het bewerkstelligen van synergie tussen toerisme, regionale ontwikkeling en maatschappelijke impact (waarbij toerisme als hefboom wordt gebruikt voor economische versterking zoals het vergroten van de werkgelegenheid maar ook voor de verbetering van het voorzieningenniveau en de bereikbaarheid)
- De aantrekkelijkheid van ons land voor zowel nationale als internationale bezoekers, bedrijven en bewoners (zorgen voor een balans tussen bewoners en bezoekers: het ontlasten van drukke plekken en het verbeteren van de positie van krimpende regio's)



NBTC wordt hiermee hét loket en de cofinancieringspartner voor partijen die een bijdrage willen leveren aan het bewerkstelligen van het optimale effect van het groeiende mondiale reisverkeer voor onze samenleving. Op deze manier benutten we het economisch potentieel van toerisme om de regionale vitaliteit te stimuleren en zorgen we voor een optimale spreiding van toerisme in Nederland.

Oproep aan de Tweede Kamer

We roepen de Tweede Kamer op om:

- de genoemde kansen voor Nederland te erkennen;
- NBTC te faciliteren om met private en publieke partners de HollandCity-strategie versterkt en versneld te implementeren.

Alleen met additionele middelen kan ons land nú werken aan de oplossingen van morgen ten behoeve van een leefbaar, geliefd en waardevol Holland.

Bijlage: top-10 herkomstlanden naar aantal gasten en bestedingen

