

HollandCity versterking regionaal verdienvermogen

Groeien naar 16 miljoen internationale bezoekers in 2020

Het toekomstperspectief voor de bestemming Holland duidt op een marktpotentie van 16 miljoen buitenlandse gasten in 2020 ten opzichte van 14 miljoen internationale bezoekers in 2014. Een kans die we moeten willen verzilveren. De bestedingen groeien in potentie nog harder tot zo'n 13,6 miljard euro. Internationaal bezoek zorgt ook voor een stevige banengroei richting circa 92.000 banen in de sector. Internationale bezoekers dragen daarmee substantieel bij aan de welvaart van en het welzijn in ons land. Bewoners profiteren van een versterkt voorzieningenniveau, de overheid van extra werkgelegenheid en fiscale opbrengsten en het verdienvermogen en de rentabiliteit van bedrijven worden vergroot.

Noodzaak tot duurzame groei

Nederland is een populaire reisbestemming maar kent grote en groeiende internationale concurrentie. Het vergt dus continue investeringen in Holland-promotie om onze marktpositie te behouden en te versterken en ons land blijvend op de kaart te zetten bij de internationale bezoekers. Groei en zelfs marktbehoud zijn geen vanzelfsprekendheid.

Het realiseren van het geschetste potentieel van 16 miljoen bezoekers brengt meer uitdagingen met zich mee. Op sommige plekken en in sommige periodes van het jaar is het al meer dan druk in ons land. Om optimale waarde te creëren uit internationaal bezoek zetten we in op het spreiden van bezoekers in tijd en ruimte: de groei deels in andere seizoenen en op andere plekken realiseren, waardoor heel Nederland profiteert van toerisme. Tegelijkertijd zorgen we zo gezamenlijk voor duurzame groei en maken én houden we Holland winstgevend, geliefd en leefbaar.

Supporting the known, introducing the new

Onder het motto *supporting the known & introducing the new* worden naast de nu al populaire plekken met name ook de minder bekende regio's en bezienswaardigheden onder de aandacht gebracht van de internationale toerist. NBTC start via het HollandCity-concept met het positioneren van Nederland als metropool met verschillende aantrekkelijke districten. Voor internationale bezoekers zijn de afstanden in Nederland zo klein dat ze zelfs vergelijkbaar zijn met de afstanden binnen wereldsteden ("De afstand tussen Schiphol en Den Haag is als Park & Ride op de luchthaven van Rio de Janeiro."). De beperkte schaalgrootte van ons land in combinatie met de internationale perceptie van afstand en tijd maakt het mogelijk om ook van gebaande paden af te gaan en via interesses van bezoekers meerdere plekken in ons land te koppelen; denk aan de interesse in Van Gogh, waarmee Amsterdam, de regio Arnhem met het Kröller-Müller Museum en Brabant, waar hij geboren is en opgroeide, gecombineerd kunnen worden.

Door nieuwe, slimme verbindingen c.q. samenwerkingsverbanden te ontwikkelen en deze op innovatieve wijze te ontsluiten, verleiden we op termijn meer gasten ook van gebaande paden af te gaan. Op deze manier ervaren meer bezoekers meer plekken en producten in ons land en draagt toerisme in toenemende mate bij aan welvaart en welzijn in de regio's en wordt het



regionale verdienvermogen versterkt. Tegelijkertijd wordt zo een bijdrage geleverd aan de leefbaarheid in huidige *hotspots*.

Verhaallijnen

Aan het HollandCity-concept wordt invulling gegeven door het ontwikkelen van verhaallijnen. Deze lijnen lopen als denkbeeldige metrolijnen door Nederland en verbinden daarmee relevante bekende en minder bekende plekken binnen een thema.

HollandCity

