

Te gast in Rotterdam



Een *geactualiseerde* kijk op toerisme



Gemeente
Rotterdam

Inhoudsopgave

Voorwoord	03
Inleiding	05
Visie	08
Doelen	10
Handelingsperspectieven	13
Aanpak	17
Uitvoering	21
Bijlage: Rotterdam in cijfers	34
Colofon	36



Voorwoord

Steeds meer mensen van over de hele wereld weten onze stad te vinden - en dat is niet toevallig. Rotterdam is eigennuttig, vernieuwend en gastvrij op haar eigen manier. We zijn geen stad van glitters of opsmuk, maar van liefde en echtheid. Het bijzondere verhaal van deze stad spreekt aan - of het nu gaat om de ruige rafteranden, de indrukwekkende skyline, de eigennuttige wijken, het surfpark midden in de stad of een metro die je vanuit hartje centrum zo naar zee brengt.

Het toerisme in Rotterdam zit in de lift. Met recordaantallen bezoekers in 2024 en een veelbelovend vooruitzicht voor 2025 is het moment aangebroken om weer eens de tijd te nemen om vooruit te kijken. De visie 'Te gast in Rotterdam' is daar het kompas voor dat ons helpt koers te houden, nu de stad volop in ontwikkeling is. En vooral: een koers die we samen hebben opgesteld, voor en met de stad. Want een gastvrije stad maken we samen - van hotel tot attractie, van museum tot metro, van city marketeer tot horecamedewerker.

Toerisme is een gezamenlijke opgave. De beleving van een bezoek aan onze stad begint lang voor het moment dat iemand hier 'voet aan wal' zet. Het gaat om het totaalplaatje - de reis die de klant maakt - van online inspiratie tot een hartelijk welkom en onvergetelijke ervaringen in de stad. Daarom willen we inzetten op kwaliteit, eigenheid, spreiding en oprechte gastvrijheid. We bouwen aan een stad waarin toerisme geen doel op zich is, maar een middel om bij te dragen aan levendige wijken, sterke lokale ondernemers en trotse Rotterdammers.

Toerisme is óók economie. Bezoekers zorgen voor bestedingen in onder meer winkels, horeca en musea, creëren werkgelegenheid en bieden kansen voor innovatieve ondernemers om zich te onderscheiden. Steeds meer Rotterdammers vinden een baan in de gastvrijheidssector, van hotels tot festivals en van stadsgids tot sloepverhuurder. En met elke nieuwe onderneming die inspeelt op toerisme versterken we het vestigingsklimaat en het ondernemerschap in de stad.

We hebben ruimte om te groeien - maar dan wel op z'n Rotterdams: eigennuttig, met oog voor balans tussen levendigheid en leefbaarheid. De visie die voor u ligt geeft de gemeente, partners, ondernemers en bewoners richting en concrete handvatten om te blijven werken aan een Rotterdam dat aantrekkelijk is om in te wonen, te werken en te bezoeken. Laten we ons samen inzetten voor een stad die verwelkomt, verrast, verbindt én de economie versterkt.

Robert Simons

Locoburgemeester en wethouder Haven, Economie, Horeca en Bestuur (wijken en kleine kernen) •





Voor een stad in het algemeen, en voor Rotterdam in het bijzonder is 'zakelijk toerisme' ontzettend belangrijk. De economische waarde is groot: het betreft een groep die vaak meerdaags verblijft, relatief veel besteedt in de stad en voor een goede spreiding zorgt van hotelbezetting aangezien leisure toeristen vaker in een weekend komen.

Bovendien komt deze groep met een 'reden', gericht op kennisdeling en het opdoen van een netwerk, wat indirect nieuwe business kansen oplevert. Samen met Rotterdam Partners, de venues in de stad en de betrokken partners, werken we hard aan de profilering van Rotterdam richting deze groep.



Jolanda Jansen
Rotterdam Ahoy

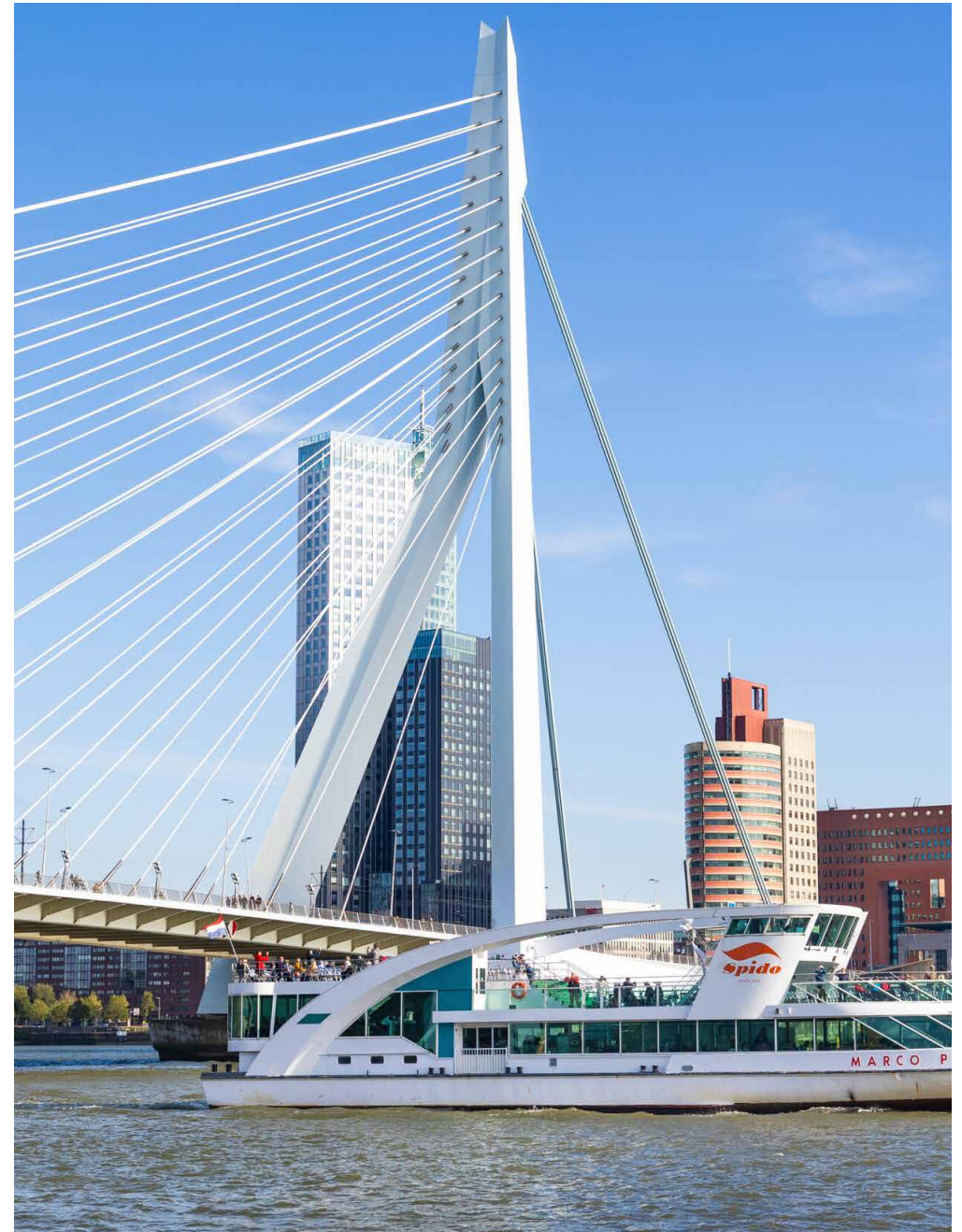
Inleiding

Het gaat goed met het toerisme in Rotterdam! Toerisme brengt de stad in beweging en draagt bij aan mooie nieuwe ontwikkelingen, zoals Portlantis op de Maasvlakte, het Fenix Museum, de komst van het Nederlands Fotomuseum naar Katendrecht en het gerenoveerde tramhuisje op het Eendrachtsplein dat terugkomt als kiosk voor stadstours. Rotterdam blijft zich ontwikkelen en dat geldt ook voor de manier waarop we bezoekers welkom heten. Nu de locatie van de Rotterdam Tourist Information aan de Coolsingel is gesloten, kijken we vooruit: hoe maken we de toeristische informatievoorziening slimmer en beter passend bij deze tijd? Uiteraard blijven we bezoekers gewoon ontvangen op Centraal Station, in Hoek van Holland en het Port Pavilion.

Het is ook een mooi moment voor een actualisatie omdat we halverwege zijn met de visie Toerisme 'Te gast in Rotterdam' 2020-2030. Omdat de oorspronkelijke versie uit 2020 samen met de stad en de International Advisory Board is

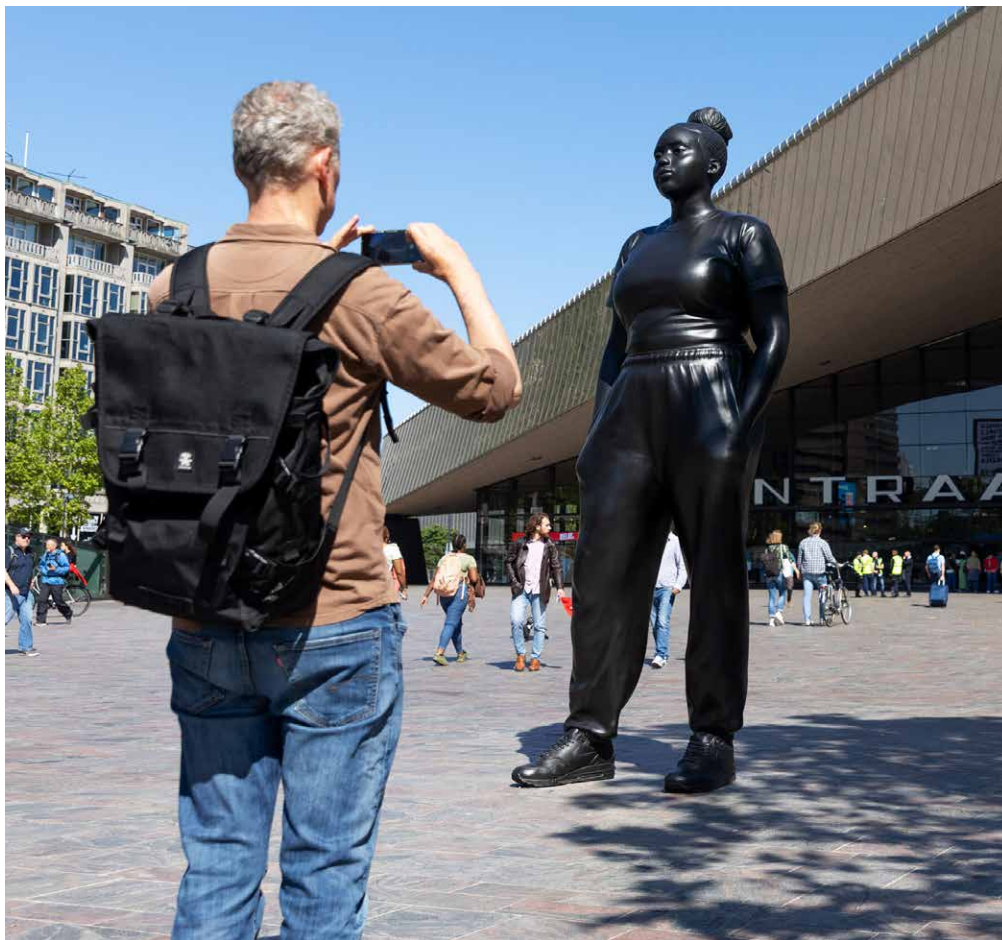
opgesteld, bouwen we daarop voort - met een frisse blik, aangepast aan de tijd van nu. In deze actualisatie leggen we de nadruk op hoe gastvrijheid in een digitaliserende stad vorm krijgt. Gastvrijheid past bij Rotterdam, omdat Rotterdammers trots zijn op hun stad en laten dat graag zien aan bezoekers: van enthousiaste horecamedewerkers tot bewoners die spontaan de weg wijzen. Die houding vormt een stevig fundament onder deze visie.

In de Visie Toerisme 2020 kreeg gastvrijheid al een belangrijke plek als een van de veertien handelingsperspectieven: 'Gastvrije stad, nu en in de toekomst'. Dat handelingsperspectief blijft erg belangrijk, maar we kijken wél anders naar de uitvoering. De manier waarop bezoekers informatie zoeken en de stad ervaren verandert snel - ze oriënteren zich online, vinden hun weg met hun telefoon en verwachten snelle, goede service. Daarom investeren we ook in digitale oplossingen. Een hybride aanpak - digitaal waar het kan, persoonlijk waar het moet - biedt kansen. Tegelijkertijd is het →



belangrijk dat deze informatievoorziening inclusief is: toegankelijk voor alle bezoekers, ook voor mensen met een beperking. Door als sector samen te werken, kunnen we een sterk netwerk vormen dat bezoekers gastvrij

ontvangt, informeert en inspireert. Een mooi voorbeeld is de recent geïntroduceerde Rotterdam City Card. De city card biedt directe economische waarde voor de stad en draagt bij aan spreiding van bezoekers, stimuleert duurzaam



vervoer en ondersteunt sociale doelen. De Rotterdam City Card wordt ingezet en gepromoot via internationale campagnes, (social) media, reisgidsen en in samenwerking met lokale partners.

De eerste resultaten van de maatregelen uit de Visie Toerisme zijn behaald. Zo is het nieuwe hotelbeleid vastgesteld en in uitvoering en heeft het project Hotel Neutraal geleid tot concrete stappen richting een duurzamere hotelsector. Er is walstroom gerealiseerd voor zeecruiseschepen en er is een nieuw reserveringssysteem opgezet voor het aanmeren van riviercruises. In verschillende wijken zijn initiatieven gestart die bijdragen aan de eigen identiteit én de aantrekkingskracht van de buurt. Ook in het centrum is gewerkt aan een gastvrije ontvangst: met vernieuwde voetgangersbewegwijzering en toeristische stadsplattegronden in het voetgangersgebied en in parkeergarages. Tot slot hebben we samen met ondernemers gewerkt aan het verbeteren van de toegankelijkheid voor bezoekers met een (fysieke) beperking - door locaties te schouwen, ervaringen te delen en bewustwording te vergroten. •

Leeswijzer:

In het deel 'Visie' lees je hoe we toerisme in Rotterdam willen ontwikkelen en welke keuzes daarbij centraal staan.

In 'Doelen' beschrijven we de vier pijlers waar toerisme invloed op heeft: Lokale economie, Leefbaarheid, Identiteit en Duurzaamheid. Per pijler laten we in 'Handelingsperspectieven' zien hoe gemeente, ondernemers en partners aan deze doelen gezamenlijk kunnen bijdragen.

In het hoofdstuk 'Aanpak' staat hoe we de doelen willen bereiken. En onder 'Uitvoering' lees je welke maatregelen er al lopen in de stad. Gastvrijheid krijgt daarbij extra aandacht, met nieuwe stappen op het gebied van digitalisering en samenwerking.

Verspreid door de visie vind je quotes van ondernemers en onze partners uit de sector. In de bijlage vind je actuele cijfers over toerisme in Rotterdam.



De Rotterdam City Card draagt bij aan een betere spreiding van bezoekers en dat maakt dat meer ondernemers, attracties en culturele instellingen profiteren van toerisme. Door de kaart aan te bieden in combinatie met het gebruik van openbaar vervoer, stimuleren we bezoekers om de stad ook buiten het centrum te ontdekken en dat is een mooie impuls voor gebieden zoals Hoek van Holland. Naast de economische impact die we maken met de Rotterdam City Card, kunnen we door onze samenwerking met Stichting Sam& voor alle kinderen ook tickets aanbieden aan Rotterdammers met een kleinere beurs.

Erik van Essen
Rotterdam Partners



Visie

Een gastvrije en levendige stad, met ruimte voor rust én reuring

Rotterdam is een dynamische en eigenzinnige stad - en steeds meer mensen hebben dat ontdekt. Rotterdam is een groeiende bestemming voor bezoekers uit binnen- en buitenland. Dat biedt volop kansen: voor ondernemers, voor de stad en voor de wijken. Er is nog ruimte om te groeien, zeker als we bezoekers spreiden in de tijd én over de stad. We richten ons daarbij niet alleen op het centrum, maar bijvoorbeeld ook op Zuid en Hoek van Holland. Zo kan Rotterdam zich verder ontwikkelen als gastvrije stad, met ruimte voor levendigheid en leefbaarheid.

Toerisme dat werkt voor Rotterdam

Toerisme is voor Rotterdam geen doel op zich, maar een manier om de stad sterker te maken. We willen dat toerisme bijdraagt aan een vitale lokale economie, door bestedingen, nieuwe banen en een aantrekkelijk ondernemersklimaat. We willen bezoekers aantrekken die geïnteresseerd zijn in de Rotterdamse verhalen en mentaliteit: rauw, ondernemend en

werelds. We stimuleren dat bezoekers gebruik maken van het Rotterdamse openbaar vervoer, wandelen of de fiets nemen. En we moedigen initiatieven uit de sector om te verduurzamen aan. Bezoekers brengen levendigheid én leveren een bijdrage aan de stad - via bestedingen in horeca, musea, winkels en openbaar vervoer. Daar plukken bewoners de vruchten van. We investeren in wijken en ondersteunen initiatieven waarbij toerisme aansluit op het dagelijks leven van Rotterdammers. Zo blijft de stad aantrekkelijk om in te wonen én om te bezoeken.

Ruimte voor groei, klaar voor de toekomst

Rotterdam groeit en toerisme groeit mee. Dankzij gebiedsontwikkelingen zoals de Rijnhaven en het Hofbogenpark ontstaan er kansen om bezoekers te spreiden en andere delen van de stad onder de aandacht te brengen. Daarom kijken we nu goed naar hoe we deze groei in goede banen kunnen leiden, zodat toerisme blijvend iets toevoegt aan de stad.

Toerisme biedt Rotterdam meer dan alleen economische voordelen. Het draagt ook bij aan een aantrekkelijke stad om in te wonen, met goede voorzieningen, een rijk cultureel aanbod en ruimte voor vernieuwing. Bezoekers beïnvloeden hoe de stad er uit ziet, gebruikt wordt en beleefd wordt - van mobiliteit en duurzaamheid tot de identiteit van gebieden. Dat vraagt om een zorgvuldige afweging: hoe benutten we de kansen van toerisme op een manier die de stad als geheel sterker maakt? •





De toeristische sector geeft een economische impuls aan de binnenstad van Rotterdam. De uitgaven van de Nederlandse en buitenlandse toeristen dragen bij aan het versterken van de lokale economie en werkgelegenheid. De winkels, restaurants, hotels en musea verwelkomen daarom de toename van toeristen om zo hun aanbod gevarieerd en betaalbaar te kunnen houden. Een levendige binnenstad met een warm welkom voor toeristen draagt bij aan de welvaart en welzijn van alle Rotterdammers.



Pauline Buurma
*#Rotterdam Centrum en
Platform Gastvrij Rotterdam*

Doelen

Toerisme draagt bij aan wat we als stad willen zijn: gastvrij, levendig en vol kansen voor iedereen. We benutten de kracht van toerisme om de identiteit van Rotterdam te versterken, de economie te laten groeien, de stad leefbaar te houden en stappen te zetten richting een duurzamere toekomst. Deze doelen hangen nauw met elkaar samen en versterken elkaar.



Sterkere economie

Toerisme zorgt voor werk en inkomen in de stad. Bezoekers eten bij een eetcafé op de Witte de Withstraat, winkelen in de binnenstad, varen mee met de Spido door de haven of slapen in een hotel. Al die uitgaven zorgen voor banen, reuring en kansen voor ondernemers - van stadsgids tot fietsverhuurder. We willen dat vooral lokale ondernemers hiervan profiteren. Niet alleen in het centrum, maar ook in de gebieden eromheen zoals Rotterdam Zuid en Oost. Door te blijven inzetten op kwaliteit en spreiding van het aanbod versterken we de economie in de hele stad.



Leefbaardere stad

Toerisme draagt bij aan een prettige stad om in te wonen en te verblijven. Bezoekers zorgen voor levendigheid, houden winkels, horeca en culturele voorzieningen draaiende en geven buurten een extra impuls. Tegelijk willen we ervoor zorgen dat het in balans blijft met het dagelijks leven van bewoners. Daarom letten we goed op waar en hoe het bezoek zich verspreidt - en houden we ontwikkelingen zoals vakantieverblijf van woningen en drukte op populaire plekken goed in de gaten. Het overgrote deel van de bewoners staat positief tegenover toerisme in Rotterdam. Dat willen we zo houden. Door te sturen op spreiding, blijft Rotterdam een stad waar bewoners zich thuis voelen en bezoekers zich welkom voelen. →





Sterkere identiteit

Rotterdam is Rotterdam - rauw, ondernemend en werelds. Die eigenheid maakt de stad aantrekkelijk voor bezoekers. We kiezen daarom voor het stimuleren van voorzieningen en plekken die dat karakter versterken. Door juist die kanten van de stad onder de aandacht te brengen, trekken we vooral mensen aan die nieuwsgierig zijn naar wat Rotterdam anders maakt dan andere steden.



Duurzamere stad

Duurzaamheid biedt kansen voor toerisme in Rotterdam. Bezoekers letten steeds vaker op de impact van hun keuzes - van hoe ze reizen tot waar ze overnachten of uit eten gaan. Als stad spelen we daarop in. We ondersteunen ondernemers die werk willen maken van duurzame, circulaire oplossingen, energie besparen of duurzamer vervoer voor hun gasten.

Ook richting bezoekers brengen we alternatieven actief onder de aandacht - denk aan reizen per trein of openbaar vervoer, of het ontdekken van de stad te voet of op de fiets. Zo zorgen we samen voor een toekomstbestendig toerisme dat past bij de ambities van Rotterdam. •

Toekomstbestendig toerisme

Rotterdam wil toerisme toekomstbestendig ontwikkelen. Door de doelen in samenhang te realiseren, kan de stad blijven profiteren van de economische kansen die toerisme biedt, én zorgen dat identiteit, leefbaarheid en duurzaamheid overeind blijven. Het gaat daarbij niet alleen om economische waarde, maar ook om sociale, culturele en milieueffecten. Juist door toerisme vanuit die volle breedte te benaderen, blijft Rotterdam een gastvrije, leefbare en duurzame stad - voor bewoners én bezoekers.



Hotels zijn meer dan plekken om te overnachten. We zijn ontmoetingsplekken, aanjagers van stedelijke ontwikkeling én trotse ambassadeurs van onze stad. We verwelkomen iedere bezoeker én bewoner van de stad met persoonlijke aandacht, Rotterdamse charme en een oprechte glimlach.



Burg de Rave

*Rotterdamse Hotel Combinatie
en Hotel Room Mate Bruno*



Handelingsperspectieven

Toerisme als positieve kracht

Toerisme raakt aan veel onderdelen van de stad: van wonen en werken tot cultuur, mobiliteit, winkels en onderwijs. Juist die combinatie maakt Rotterdam aantrekkelijk en draagt bij aan vernieuwing, ruimtelijke kwaliteit, vestigingsklimaat, internationale concurrentiepositie en imago. Toerisme staat dus niet op zichzelf, maar is onderdeel van hoe de stad zich ontwikkelt. Daarom hebben we de vier doelen uit deze visie vertaald naar

handelingsperspectieven. Ze geven richting aan hoe we in Rotterdam omgaan met onder andere hotels, gastvrijheid, evenementen, citymarketing, cultuur en vervoer. Daarbij staat voorop dat we bezoekers willen aantrekken die passen bij het karakter van de stad en bij wat Rotterdam te bieden heeft. Zo dragen deze handelingsperspectieven bij aan toerisme dat werkt voor Rotterdam en meehelpt om de stad nog sterker te maken. →



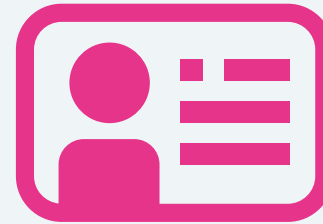
Lokale economie

- Ruimte voor authentieke plekken
- Aantrekkelijk vestigingsklimaat
- Werk voor Rotterdammers
- Slapen op z'n Rotterdams



Leefbaarheid

- Uniek kunst- en cultuur aanbod
- Goede balans tussen rust en reuring
- Inkomsten investeren in de stad



Identiteit

- In Rotterdam blijven we onszelf
- Rotterdam is meer dan de binnenstad
- Gastvrije stad, nu en in de toekomst
- Waardevolle ontmoetingen



Duurzaamheid

- Duurzaam vervoer naar en in de stad
- Groene innovaties in de etalage
- Schoon, opgeruimd en circulair



Lokale economie

Ruimte voor authentieke plekken:

Rotterdamse makers en ondernemers kleuren de stad. Zij laten het Rotterdam zien als havenstad met rauwe randjes. We zetten deze unieke plekken in de schijnwerpers en stimuleren bezoekers om deze pioniers te ontdekken.

Aantrekkelijk vestigingsklimaat:

Bezoekers bieden kansen voor lokale ondernemers en nieuwe initiatieven. Ook zakelijk bezoek draagt hieraan bij. Rotterdam trekt bezoekers aan met congressen en evenementen over onderwerpen waarin de stad vooroploopt, zoals maritiem, gezondheid & technologie en energietransitie. Vrijtijdstoerisme en zakelijk toerisme versterken elkaar.

Werk voor Rotterdammers:

Toerisme creëert banen. Het is belangrijk dat werken in de gastvrijheidssector aantrekkelijk is en dat vraag en aanbod op de arbeidsmarkt goed op elkaar aansluiten. Tegelijk biedt werken in deze sector volop kansen om jezelf te ontwikkelen.

Slapen op z'n Rotterdams:

Ons hotelbeleid heet niet voor niets 'Wakker worden in een wereldstad'. Nieuwe accommodaties moeten iets toevoegen aan de buurt en passen bij de plek. Juist ook in andere delen van de stad waar ruimte en behoefte is. Zo houden we het verblijfsklimaat door spreiding van hotels in balans én Rotterdams.



Leefbaarheid

Uniek kunst- en cultuuraanbod:

Rotterdam barst van kunst, cultuur en evenementen. We investeren in een aanbod dat aantrekkelijk is voor Rotterdammers. Wat goed is voor de stad, is ook interessant voor bezoekers. Evenementen als de Marathon, het Zomercarnaval, het International Film Festival Rotterdam en de Wereldhavendagen horen bij Rotterdam - en trekken vanzelf mensen die Rotterdam kunnen waarderen.

Goede balans tussen rust en reuring:

Elke wijk heeft zijn eigen karakter. Toerisme kan de levendigheid in een buurt versterken, zolang het past bij de schaal en het gebruik van de omgeving. Wat werkt in het centrum,

past niet altijd in een woonwijk. Maatwerk is daarom van belang.

Inkomsten investeren in de stad:

De logiesbelasting komt ten goede aan de stad. Die bijdrage van bezoekers gebruiken we bijvoorbeeld voor het verbeteren van openbare ruimte of het versterken van voorzieningen waar ook bewoners plezier van hebben. Zo levert toerisme iets op voor de stad. →





Identiteit

In Rotterdam blijven we onszelf:

Rotterdam is rauw, ondernemend en werelds. Dat zit in ons DNA - en dat blijven we. Wie hier komt, krijgt een oprechte ervaring. Of zoals Jules Deelder het zei: "Rotterdam is niet te filmen - Rotterdam is vééls te ècht."

Rotterdam is meer dan de binnenstad:

Rotterdam is een stad van wijken, ieder met een eigen karakter. Rotterdam bouwt bovendien aan een binnenstad op twee oevers. We moedigen bezoekers aan om ook buiten het centrum op ontdekking te gaan. Dat leidt tot spreiding én biedt kansen voor ondernemers en bewoners in de hele stad.

Gastvrije stad, nu en in de toekomst:

Toerisme werkt voor Rotterdam als we het slim aanpakken. Dat begint met een goede ontvangst: heldere informatie en een stad die makkelijk te ontdekken is. Maar de echte gastvrijheid komt van Rotterdammers en ondernemers zelf. Zij maken het verschil. Door te zorgen dat bewoners en ondernemers meeprofiteren van toerisme, groeit de trots én de

bereidheid om bezoekers hun stad te laten zien.

Waardevolle ontmoetingen:

We reizen de wereld over om nieuwe mensen te ontmoeten en andere culturen te ontdekken. Het zijn juist die onverwachte momenten van gastvrijheid die een ontmoeting zo bijzonder maken. Deze waardevolle ontmoetingen verrijken je leven en je blik op de wereld. En ze ontstaan niet alleen op vakantie, maar ook thuis als je daarvoor open staat. We moedigen Rotterdammers aan om die verbinding aan te gaan.



Duurzaamheid

Duurzaam vervoer naar en in de stad:

Duurzaam reizen naar en door Rotterdam maken we makkelijk. We stimuleren het gebruik van openbaar vervoer, fietsen en andere groene alternatieven. Ook verwijzen we actief naar P+R-locaties, zodat bezoekers hun auto aan de rand van de stad kunnen parkeren en verder reizen met het openbaar vervoer.

Groene innovaties in de etalage:

Met walstroom voor cruiseschepen en projecten zoals Hotel Neutraal en

Het Nieuwe Nassen laat Rotterdam zien hoe de toeristische sector bijdraagt aan een schonere stad. Van groene daken tot waterpleinen en getijddeparken - Rotterdam is een proeftuin voor klimaatadaptatie. En wat te denken van de nieuwe stadsprojecten zoals de vergroening van het Hofplein? We nodigen bezoekers uit om deze groene innovaties zelf te ontdekken.

Schoon, opgeruimd en circulair:

Samen houden we de stad schoon. We stimuleren circulaire oplossingen en laten zien hoe ook ondernemers en bezoekers hierin een rol kunnen spelen - bijvoorbeeld met een bekerretoursysteem op verschillende Rotterdamse festivals of het drinken een circulair biertje aan de Nieuwe Maas. •



Onze gasten beleven een unieke dag in Rotterdam door met onze elektrische sloepen de stad vanaf het water te verkennen. Daarnaast organiseren we voor bedrijven impactvolle bedrijfsuitjes waarbij zij actief bijdragen aan schonere binnenwateren door middel van vuilvissen. Onze ambitie gaat verder: binnenkort lanceren we de eerste elektrische waterbus, waarmee we dé Spido van de binnenwateren willen worden. Zelf vind ik het belangrijk om iets terug te geven aan de stad waar ik onderneem. Daarom heb ik een bewustwordingsprogramma opgezet voor basisschoolleerlingen in Delfshaven. Ik vertel hen over ons werk, ga met ze vuilvissen en leer ze over de rijke geschiedenis van Delfshaven. Ik merk dat veel van onze gasten die lokale betrokkenheid ook waarderen en belangrijk vinden.



Wesley Dos Santos
iKapitein

Aanpak

Klaar voor morgen

Onze kijk op toerisme gaat verder dan alleen economische groei. We zien toerisme als een manier om bij te dragen aan een sterke, leefbare en aantrekkelijke stad. Daarom kiezen we voor een aanpak die toekomstgericht is en rekening houdt met wat de stad nodig heeft - nu én later. Daarbij hanteren we de volgende aanpak.



**Langer blijven,
jaarrond meer
ontdekken**



**Gevarieerd
aanbod en
gastvrijheid**



**Focus op
frontrunners**



**Verduurzaming
sector en
duurzaam reizen**



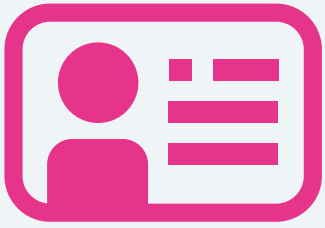
Langer blijven, jaarrond meer ontdekken

Wie langer blijft, leert Rotterdam beter kennen, ontdekt meer plekken, bouwt een sterkere band op met de stad en geeft meer uit. Dat geldt voor toeristen én voor zakelijke bezoekers, zoals congresgangers. Door slimme combinaties te maken - bijvoorbeeld stadstours tijdens meerdaagse congressen - verlengen we de verblijfsduur en verbinden we ontspanning met inhoud. We blijven focussen op de uitvoering van het hotelbeleid, waarbij we sturen op spreiding. Andere verblijfsvormen, zoals hostels, campings en vakantieverhuur, vullen dit aanbod aan. Daarnaast stimuleren we bezoek in rustigere periodes, zodat meer ondernemers het hele jaar door kunnen profiteren.



Gevarieerd aanbod en gastvrijheid

Rotterdam bruist: van cultuur en evenementen tot winkels en horeca. Dat trekt bewoners en bezoekers. We dragen actief bij aan gebiedsontwikkelingen die wijken levendiger en fijner maken om in te wonen. Gastvrijheid betekent ook dat iedereen zich welkom voelt. Daarom houden we de toeristische informatievoorziening op peil en investeren we in uitbreiding, vooral ook digitaal. Extra aandacht is er voor bezoekers met een beperking - de stad moet voor iedereen toegankelijk zijn.



Focus op frontrunners

We richten ons op bezoekers die op zoek zijn naar een échte Rotterdamse ervaring: frontrunners. Frontrunners zijn de voorlopers, de pioniers, degenen die verandering aandurven en grenzen verleggen zowel van henzelf als van de wereld om hen heen. Frontrunners vinden de wereld om hen heen belangrijk en willen die mooier maken. Dat doen ze het liefst samen met anderen. Ze zijn zich bewust van het waarom achter hun daden. Ze hebben een bepaald doel voor ogen en nemen hun besluiten dan ook bewust. Balans vinden, verandering brengen en ervaringen zijn voor hen belangrijk. Ze zijn op zoek naar plekken die nog niet af zijn. Plekken waar ruimte is om te bouwen en waar iets is toe te voegen. Geen gevestigde stad waar alles al bepaald is, maar steden waar veel nog kan en mag. Rotterdam is zo'n stad. Door het ontwikkelen en promoten van aanbod dat past bij de identiteit van onze wijken verleiden we frontrunners om de stad te ontdekken.

Verduurzaming sector en duurzaam reizen

Duurzaamheid biedt kansen voor de stad én de sector. Daarom ondersteunen we ondernemers die willen verduurzamen - bijvoorbeeld door circulair te werken of energie te besparen. Ook stimuleren we duurzaam reisgedrag, zowel naar als in de stad. We richten ons op bezoekers die bewust kiezen voor de trein, de fiets of andere groene alternatieven. Zo maken we het makkelijker én aantrekkelijker om Rotterdam op een verantwoorde manier te ontdekken. •



“ Bij de Euromast denken we - op z'n Rotterdams - niet in 'ik', maar in 'wij'. We willen een plek zijn waar Rotterdammers zich thuis voelen en bezoekers ontdekken wat de stad te bieden heeft. Of je nu een bezoeker bent die Rotterdam voor het eerst ziet of een inwoner die de stad steeds opnieuw wil beleven, de Euromast laat je Rotterdam met andere ogen bekijken. Juist daarom zoeken we steeds naar manieren om ons sterker met de stad te verbinden. Het delen van het prachtige uitzicht en de hele ervaring eromheen is voor ons een manier om die verbinding te versterken en samen het kleurrijke Rotterdam te beleven. ”

Leonie Staat
Euromast



Uitvoering

Onderstaande projecten laten zien waar we aan werken om het toerisme in Rotterdam toekomstbestendig te laten groeien. Daarbij werken we samen met partners en ondernemers, zodat we flexibel kunnen inspelen op kansen en behoeften. Acties en samenwerkingen kunnen veranderen: nieuwe initiatieven ontstaan, andere ronden af. Zo zetten we onder andere in op het verbeteren van de toeristische informatievoorziening, met aandacht voor digitalisering en een sterkere samenwerking tussen partners in de stad.

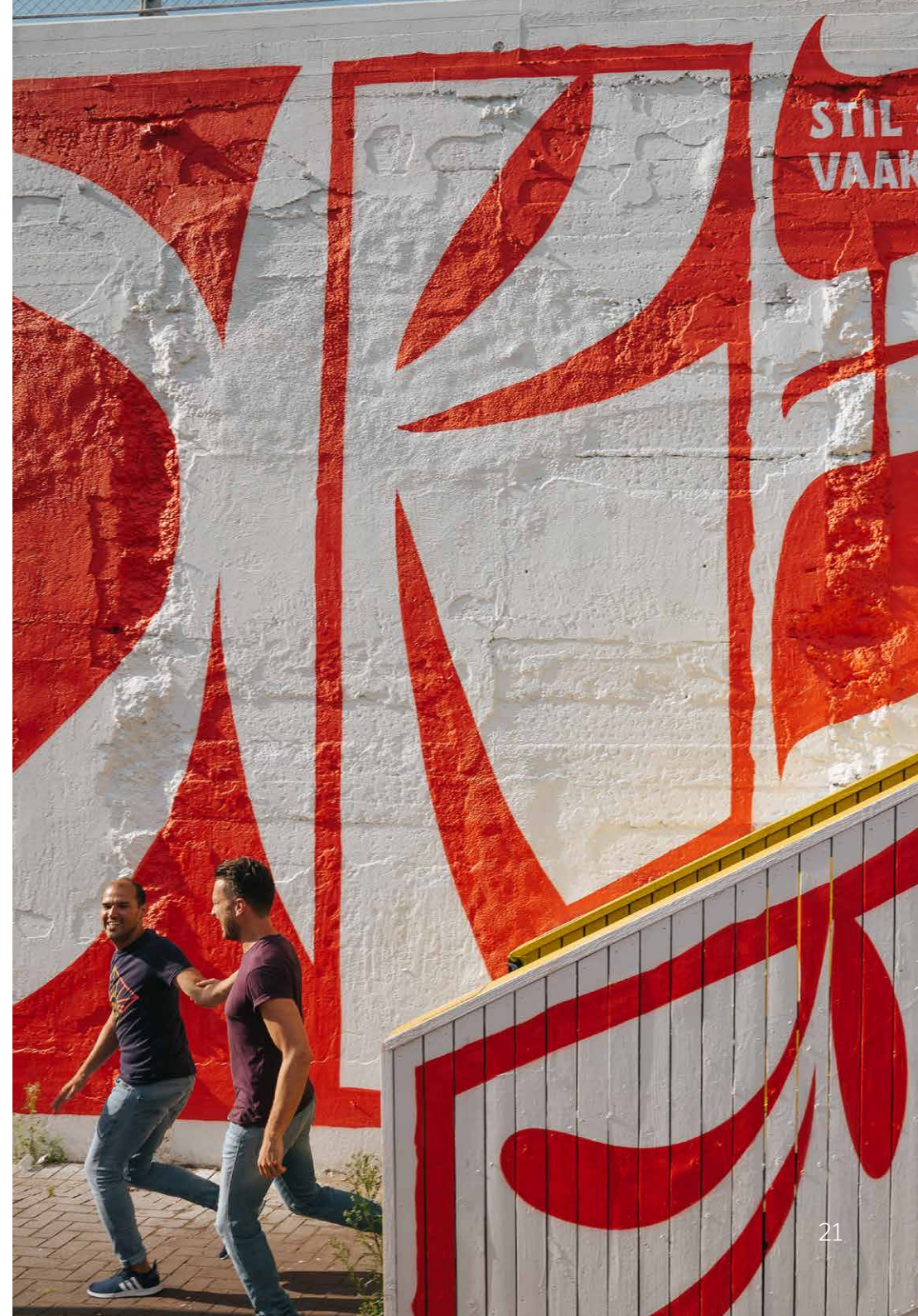
Monitoring en gesprek

Naast gegevens over bezoekersaantallen en bestedingen, onderzoeken we hoe bewoners en ondernemers toerisme ervaren en hoe het draagvlak zich ontwikkelt. Ook volgen we de toerismedruk op stedelijk niveau. Rotterdam is

aangesloten bij de Landelijke Data Alliantie voor Toerisme, zodat we ontwikkelingen kunnen vergelijken met andere steden.

Daarnaast monitoren we actief de hotelsector: van aanbod (aantal hotels en kamers) tot vraag (overnachtingen) en prestaties (bezettingsgraad). Dankzij het monitoringsportal van VisitorData krijgen we beter inzicht in wanneer en in welk type hotels bezoekers overnachten. We houden in de gaten wat de impact is van evenementen en hoe de sector zich ontwikkelt in de stad.

Al deze inzichten worden gebundeld in de monitor Toerisme. Daarmee informeren we, samen met Rotterdam Partners, alle betrokken partijen. Het doel: in gesprek blijven over de ontwikkeling van toerisme, zodat Rotterdam aantrekkelijk blijft voor bewoners, ondernemers én bezoekers. →





Lokale economie:

We sturen op de kwaliteit van verblijfsaccomodaties

Wat doen we: In lijn met de Visie Toerisme is het hotelbeleid opgesteld en vastgesteld in 2021. Sindsdien geven we daar uitvoering aan.

Waarom doen we dat: Uitgangspunt van het hotelbeleid is een gecontroleerde groei van de hotelsector, verspreid over de stad. Daarbij kijken we naar de bijdrage die nieuwe hotels kunnen leveren aan de ambities van de stad en de toegevoegde waarde van nieuwe hotels in stadswijken. Zo wordt het verblijfstoerisme optimaal gefaciliteerd en kan de stad maximaal profiteren van toerisme.

Hoe pakken we het aan: Nieuwe hotelontwikkelingen en -initiatieven worden getoetst aan het beleid. Die toetsing leidt tot een advies of overleg over aanpassingen van de plannen met de initiatiefnemers.

Partners: Rotterdamse Hotel Combinatie, Rotterdam Partners.

We stimuleren toeristisch ondernemerschap

Wat doen we: We stimuleren

toeristisch ondernemerschap in de wijken, zodat ook gebieden buiten het centrum aantrekkelijker worden voor bezoekers én bewoners. Zo versterken we lokale initiatieven, vergroten we de levendigheid en verbreden we het economische profiel van de stad.

Waarom doen we dat: We willen bijdragen aan de ambitie om bezoekers te spreiden en meer ondernemers te laten profiteren van toerisme. Daarbij richten we ons op Rotterdam Zuid – in het bijzonder Feijenoord. Wat dit gebied zo interessant maakt, is de combinatie van grote ruimtelijke ontwikkelingen en de ligging aan de Nieuwe Maas. Denk aan het Hunter Douglas-terrein, toekomstige woningbouw, de derde stadsbrug, station Stadionpark en Rotterdams Tijk. Deze ontwikkelingen bieden volop kansen voor bestaand en nieuw toeristisch ondernemerschap. Om deze kansen te verzilveren, is een duidelijk economisch profiel nodig.

Hoe pakken we het aan: Omdat het een complexe opgave is, starten we met een verkenning in de wijk Feijenoord. De centrale vraag is hoe het economische profiel zich verder kan ontwikkelen op een

onderscheidende manier, waardoor bestaande en nieuwe ondernemers willen investeren in toekomstbestendig bezoekersaanbod.

(Beoogde) partners:

Gebiedsorganisatie, wijkorganisatie, Hogeschool Rotterdam, BUAS, lokale ondernemers en initiatieven. →





Het is belangrijk dat de stad (de gemeente) de waarde van cultuur - en uiteraard niet alleen de economische waarde - niet alleen erkent, maar hier ook duurzaam in investeert. Dat betreft ook de randvoorwaarden voor een goed bezoek, zoals een verzorgd Museumpark en voorzieningen in openbaar vervoer. Met een goede lange termijn visie kan Rotterdam als culturele bestemming groeien en bloeien als vooruitstrevende en creatieve stad. De bijdrage vanuit de stad moet dan ook echt als een investering worden gezien. Zodat instellingen als de Kunsthal ambitieus, innovatief en ondernemend kunnen zijn.



Marianne Splint
Kunsthal Rotterdam



Leefbaarheid:

We investeren in Rotterdamse wijken en gebieden

Wat doen we: We investeren in Rotterdamse wijken en gebieden buiten het centrum om deze te ontwikkelen tot aantrekkelijke plekken voor ontmoeting, vermaak en verblijf. We realiseren deze projecten samen met bewoners en ondernemers die bijdragen aan levendigheid én identiteit van de plek. Denk aan een nieuwe uitstraling voor het zwembad in Hoek van Holland, een integraal ontwerp voor sport, spel en ontmoeting op het Snellemanplein in het Oude Noorden, Club EZ (easy) in de Afrikaanderwijk - waar de verhalen van lokale ondernemers centraal staan - en de Verhalenkade in Delfshaven, die in 2026 wordt opgeleverd.

Waarom doen we dat: We verleiden bezoekers om verder te kijken dan de binnenstad. In samenwerking met bewoners en ondernemers werken we aan wijken die aantrekkelijk zijn voor bewoners én bezoekers - op een manier die past bij de identiteit van het gebied. Daarbij zoeken we steeds de juiste balans tussen levendigheid en

leefbaarheid.

Hoe pakken we het aan: We kijken naar verschillende deelgebieden die een wijk of gebied aantrekkelijker kunnen maken zoals hotels, horeca, detailhandel, etc. vanuit de specifieke identiteit van de wijk of gebied. Het resultaat kan variëren van advisering in grotere gebiedsontwikkelingen, zoals Hoek van Holland, M4H, Alexanderknoop en Feijenoord tot de uitvoering van projecten, zoals recent de 'Tunnel of Spark' onder de Willemsbrug als onderdeel van het aantrekkelijker maken van het Rondje Bruggen.

Partners: Diverse lokale partijen.

We zorgen voor een gastvrije stad

Wat gaan we doen: De afgelopen jaren is veel geïnvesteerd in het versterken van de basis. Zo is er nieuwe voetgangersbewegwijzering geplaatst in het centrum en zijn de toeristische stadsplattegronden in gemeentelijke parkeergarages vernieuwd. De volgende stap is het uitbreiden van deze informatievoorziening naar P+R-locaties, zodat ook daar bezoekers makkelijk hun weg vinden naar de stad. →





De Stadshavenbrouwerij is gebouwd op Rotterdamse historie en mentaliteit: een oude fruitloods getransformeerd tot een moderne bierbrouwerij. Dit gebied was ooit de grootste fruithaven van Europa, en die oorsprong hebben we verwerkt in onze bieren en ons verhaal. Net als Rotterdam zelf combineren we het oude met het nieuwe, het ruige met het verfijnde. Bezoekers die hier komen, ontdekken niet alleen bier, maar ook een stukje Rotterdamse innovatie en veerkracht. We laten zien dat hergebruik, duurzaamheid en ambacht hand in hand kunnen gaan. Dat maakt ons niet alleen een brouwerij, maar een bestemming voor de nieuwsgierige reiziger.

Alexander Bruring
Stadshaven Brouwerij
Rotterdam

Waarom doen we dat: We streven naar een gastvrije stad waar iedereen eenvoudig zijn weg vindt. Komen bezoekers met de auto, dan stimuleren we het gebruik van P+R-locaties aan de rand van de stad. Tijdens de overstap naar het openbaar vervoer voorzien we hen van relevante toeristische informatie. De nieuwe Rotterdam City Card helpt daarbij: deze kaart combineert informatie, vervoer en korting op attracties - handig én aantrekkelijk voor bezoekers.

Hoe pakken we het aan: We verkennen de mogelijkheden om bezoekers op P+R-terreinen beter te informeren. Denk aan toeristische stadsplattegronden met QR-codes die direct verwijzen naar Rotterdam.info. Zo bieden we bezoekers meteen bij aankomst inspiratie en overzicht - en zorgen we voor een welkom dat past bij een gastvrije stad.

Partners: Rotterdam Partners.

We dragen bij aan toegankelijkheid

Wat doen we: Iedere bezoeker moet zich welkom voelen in Rotterdam – ook bezoekers met een beperking. Daarom zorgen we voor

heldere informatie over toegankelijkheid vóór het bezoek, en werken we samen met partners om drempels in de stad te verlagen.

Waarom doen we dat: We willen bijdragen aan de stedelijke ambitie om Rotterdam toegankelijker te maken voor iedereen. Binnen het toerisme betekent dat extra aandacht voor bezoekers met een beperking. We zetten in op het vergroten van bewustwording bij ondernemers in de toeristische sector en stimuleren initiatieven die bijdragen aan een toegankelijke stad.

Hoe pakken we het aan: De afgelopen jaren is gewerkt aan het verbeteren van de toegankelijkheid binnen het toerisme. Zo zijn de toeristische website Rotterdam.info en de informatiepunten beoordeeld op toegankelijkheid, waarna concrete adviezen zijn doorgevoerd. Ook is ingezet op bewustwording in de horeca, onder meer door interviews met mensen met een beperking te publiceren op diverse platforms. Nu worden winkeliers in het centrum actief benaderd om deel te nemen aan toegankelijkheidsschouwen, waarbij ervaringsdeskundigen hen

adviseren over verbeterpunten in hun winkel.

Partners: Rotterdam Partners, BIZ Rotterdam Centrum, winkeliers en horecabedrijven →





In het centrum van Rotterdam kunnen bezoekers in het Port Pavilion informatie en inspiratie opdoen voor een bezoek aan de haven. We werken nauw samen met de medewerkers van de Rotterdam Tourist Information, waardoor bezoekers professioneel en gastvrij worden ontvangen. Port Pavilion is eigenlijk een hink stap sprong naar de haven. We nodigen bezoekers uit om de Rotterdamse haven verder te verkennen, bijvoorbeeld in onze nieuwe attractie Portlantis op de Maasvlakte of tijdens een rondvaart door de haven. Bezoekers zijn vaak heel erg onder de indruk als ze het hele verhaal van de haven horen en zien.



Eileen Niks

*Havenbedrijf Rotterdam -
Port Pavilion en en Portlantis*





Identiteit:

We zetten in op een specifieke doelgroep, passend bij Rotterdam: Frontrunners

Wat doen we: We willen bezoekers aantrekken die specifiek voor het Rotterdamse karakter en voor kenmerken komen zoals moderne architectuur, een onderscheidend kunst- en cultuuraanbod of (groene) innovaties. Naast de dag- en verblijfstoerist, richten we ons op bezoekers die met een zakelijk motief naar de stad komen, bijvoorbeeld voor congressen en zakelijke bijeenkomsten. We richten ons daarbij op thema's waar Rotterdam ook als stad frontrunner in is, zoals maritiem, gezondheid & technologie en energietransitie.

Waarom doen we dat: De frontrunner is geneigd buiten de gebaande paden te gaan en laat zich daarom gemakkelijker dan anderen verleiden om bijzondere plekken te bezoeken. Dit draagt bij aan spreiding. Daarbij hebben ze een inspirerende werking op anderen; zijn zij geïnteresseerd, dan volgt de rest. Zakelijke bezoekers zijn ook interessant, omdat zij relatief veel besteden.

Hoe pakken we het aan: De toeristische promotie wordt niet langer ingezet op het bereiken van meer bezoek, maar om het verlengen van de verblijfsduur en het verhogen van de bestedingen. Daarbij richten we ons vooral op het aantrekken van frontrunners door het promoten van bijzondere plekken. Met de Do-ristcampagne (2021-2022) is hiermee gestart en is nu geïntegreerd in de marketingstrategie van Rotterdam Partners. Met acquisitie van specifieke congressen trekken we zakelijke bezoekers aan. Dit betekent ook werken aan bijzondere plekken en faciliteren van nieuwe voorzieningen die passen bij Rotterdam.

Partners: Rotterdam Partners. →



Rotterdam is een 'rauwe' diamant, een stad die je eerst moet leren kennen om te ontdekken dat Rotterdam en Rotterdammers heel gastvrij zijn. Met onze BiteMe Food Tours bieden we onze gasten die mogelijkheid. We laten ze in kleine groepjes de bijzondere en minder bekende plekjes en lokale horeca in Rotterdam ervaren. Het is heel fijn dat je in Rotterdam goed en veilig kan fietsen. Daarmee onderscheidt Rotterdam zich van veel andere bestemmingen. Ook wandelen wordt steeds populairder. Met onze Hike & Bite tour spelen we in op deze trend.



Paul Fitzpatrick
BiteMe Food Tours





Duurzaamheid:

We stimuleren het gebruik van openbaar vervoer, lopen en fietsen

Wat doen we: We zorgen ervoor dat toeristen snel en gemakkelijk een schoner alternatief kunnen vinden voor het gebruik van auto of vliegtuig.

Waarom doen we dat: We willen bijdragen aan de stedelijke ambitie om de CO₂-uitstoot te reduceren en de luchtkwaliteit te verbeteren.

Hoe pakken we het aan: We vergroten de bewustwording en verbeteren de informatievoorziening over duurzaam vervoer richting bezoekers. Dit doen we via de toeristische website Rotterdam.info, maar we stimuleren ook partners in de stad om dit actief uit te dragen. Daarnaast loopt er een ontwerp onderzoek naar hoe frontofficemedewerkers - zoals in hotels en attracties - beter geïnformeerd kunnen worden over wat er te doen is in de stad en hoe ze hun gasten kunnen adviseren om daar op een duurzame manier te komen.

Partners: Platform Gastvrij Rotterdam, Rotterdam Partners.

We zetten in op verduurzaming van de sector

Wat doen we: We ondersteunen de toeristische sector bij verduurzaming

Waarom doen we dat: We willen bijdragen aan de stedelijke ambities voor CO₂-reductie en het verminderen van afvalstromen. Verduurzamen biedt bovendien kansen: het kan niet alleen leiden tot kostenbesparing voor ondernemers, maar ook tot meer onderscheidend vermogen en aantrekkingskracht bij een groeiende groep bewuste bezoekers.

Hoe pakken we het aan: Het samenwerkingsproject 'Hotel Neutraal', waarin Rotterdamse hotels werkten aan het verduurzamen van hun bedrijfsvoering, wordt binnenkort afgerond. De lessen en resultaten worden gedeeld in een inspirerend online magazine, zodat ook andere hotels hiervan kunnen profiteren. Rotterdam Partners zet deze uitkomsten in bij de promotie van Rotterdam als duurzame congresstad. We onderzoeken daarnaast of dit succesvolle model ook toepasbaar is binnen andere deelsectoren, zoals attracties. In de horeca wordt al volop ingezet op circulair ondernemen, onder meer via het programma 'Het Nieuwe Nassen'.

Partners: Rotterdam Partners, Rotterdamse Hotel Combinatie, Blue City, KHN-Rotterdam, Green Leisure Group. →





“

Comedy draait om verrassing, en dat zou voor Rotterdam ook moeten blijven gelden. Geef ruimte aan avontuur, aan plekken die nog niet zijn dichtgetimmerd met plannen en polijsting. Juist de rafelrandjes maken de stad spannend en zorgen voor die unieke beleving waar bezoekers voor terugkomen. Mensen komen hier niet voor clichés, maar voor het rauwe, het onverwachte, het ondernemende. We moeten dat koesteren, niet gladstrijken.

”

Debbie van Polanen Petel
Comedy Club Haug

Nieuwe projecten gastvrijheid

Om verder uitvoering te geven aan het handelingsperspectief 'Gastvrije stad, nu en in de toekomst' starten we een aantal nieuwe projecten.

We investeren in digitalisering

Wat gaan we doen: Recent is de Rotterdam City Card gelanceerd - een digitale app die bezoekers op hun mobiele apparaat kunnen gebruiken. Hiermee is de papieren Rotterdam Welcome Card in een modern jasje gestoken. De Rotterdam City Card wordt de komende periode verder doorontwikkeld. Daarvoor is het belangrijk dat steeds meer partners in de stad zich aansluiten.

Waarom doen we dat: We zetten vol in op digitale vernieuwing, zodat we beter aansluiten bij de verwachtingen van de moderne bezoeker. De kaart biedt de mogelijkheid om innovatieve, duurzame en bijzondere plekken 'in de etalage te zetten', en zo specifieke doelgroepen aan te spreken. Door de koppeling met het openbaar vervoer (RET) stimuleren we bovendien het gebruik van

duurzaam vervoer. We willen de City Card ook inzetten voor sociale doelen, zodat meer Rotterdammers - voor wie een dagje uit niet vanzelfsprekend is - hun stad kunnen ontdekken. Dankzij gebruikersdata krijgen we bovendien beter inzicht in wie de stad bezoekt en wat zij doen. Dit helpt bij doelgroepgerichte marketing én het meetbaar maken van onze ambities.

Hoe pakken we het aan: Rotterdam Partners is verantwoordelijk voor de doorontwikkeling en exploitatie van de Rotterdam City Card. De technische ontwikkeling van de kaart is eenmalig financieel ondersteund door de gemeente.

(Beoogde) partners: Rotterdam Partners (in samenwerking met RET, attracties, musea en horeca).

We streven naar een 9+ ervaring bij bezoekers

Wat gaan we doen: Door klantcontactmomenten beter te benutten, kunnen we bezoekers nog beter van dienst zijn. Daarom zetten we in op het vergroten van de kennis- en servicegraad bij toeristische partners. Zo zorgen we samen voor een gastvrije en goed

geïnformeerde ontvangst.

Waarom doen we dat: Een positieve gastvrije ervaring tijdens een bezoek aan Rotterdam is belangrijk zodat bezoekers langer verblijven, graag terugkomen en hun enthousiasme delen. Zo ontstaat waardevolle mond-tot-mondreclame en positieve online reviews: gratis promotie voor de stad.

Hoe pakken we het aan: Samen met het Platform Gastvrij Rotterdam werken we aan drie concrete initiatieven om de kennis en service in de gastvrijheidssector te versterken:

1. Frontofficemedewerkers inspireren en informeren over wat Rotterdam te bieden heeft.
2. Het ontwikkelen van een checklist gastvrijheid waarmee toeristische ondernemers hun dienstverlening kunnen verbeteren.
3. Het stimuleren van data gedreven werken, inclusief het ontwikkelen van indicatoren om de beleving van bezoekers - gericht op een 9+ ervaring - meetbaar te maken.

(Beoogde) partners: Platform Gastvrij Rotterdam, Rotterdam

Partners, Rotterdamse Hotel Combinatie. ●





Sinds 2020 is er veel veranderd in de wereld. Dat heeft ook invloed op het toerisme. Mensen gaan nu anders op reis. Er wordt nu bijvoorbeeld ook gesproken over regeneratief toerisme. Dat betekent: toerisme dat niet alleen schade aan de omgeving probeert te voorkomen, maar juist dat het normaal wordt dat toerisme helpt om de plek beter te maken. Vooral voor de mensen die daar wonen. Denk hierbij aan bezoekers die meedoen aan een opruimactie op het strand, naar lokale winkels en restaurants gaan, interesse tonen in de cultuur en mensen met respect behandelen. We zien echter ook dat Social media zoals Instagram en TikTok zorgen ervoor dat het gedrag van bezoekers lastiger te begrijpen en te sturen is. Rotterdam wil bezoekers graag helpen om op een goede manier bij te dragen aan de stad. Daarom is het belangrijk om goed te kijken naar deze veranderingen en erop in te spelen.

Ko Koens
Hogeschool Inholland

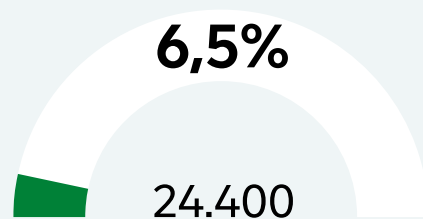


Bijlage: Rotterdam in cijfers

Werkgelegenheid (bron: Lisa)

De sector Toerisme & Recreatie in Rotterdam is goed voor **24.400 banen**.

Dit is **6,5%** van het totaal aantal banen in Rotterdam.



Verblijfstoerisme (bron: CBS)

De Rotterdamse hotelmarkt laat in 2024 wederom een positieve ontwikkeling zien.

Ten opzichte van het jaar daarvoor is het aantal hotelovernachtingen met **9,2%** gegroeid.

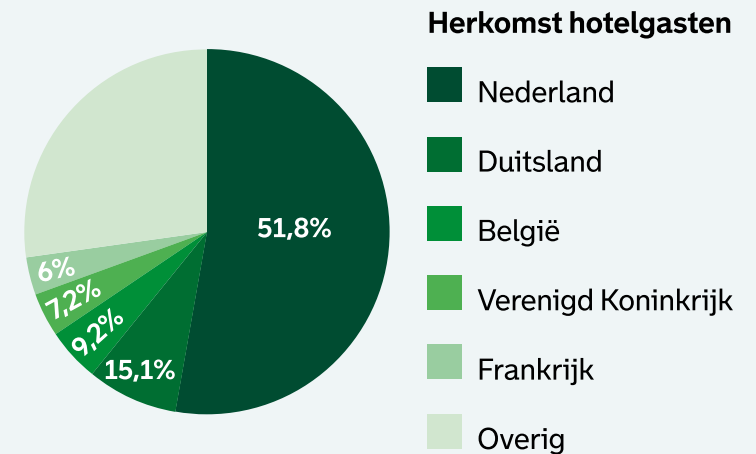


Grafiek hotelovernachtingen (bron: CBS)

Aantal overnachtingen in mln



In 2024 hebben de Rotterdamse hotels **1.608.000 hotelgasten** ontvangen. De gemiddelde verblijfsduur komt daarmee op **1,75 nachten**.



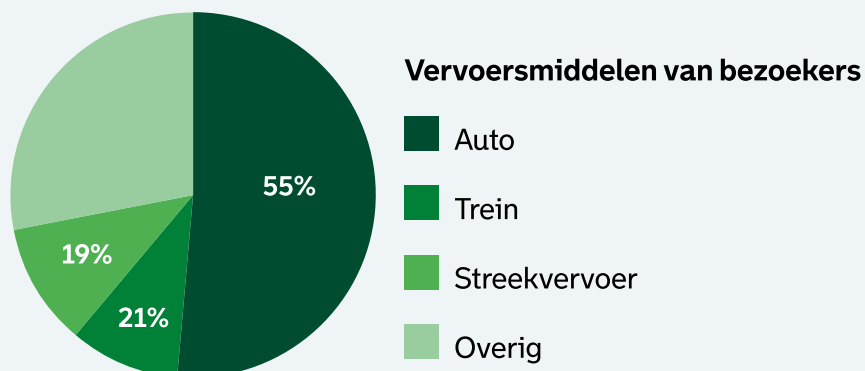
Bestedingen (bron: NBTC Inkomend toerisme)

Een **congresbezoeker** geeft het meeste uit van alle bezoekers (1). Daarna de **zakelijke bezoeker** (2) en de **buitenlandse toerist** (3). De **dagbezoeker**, die niet overnacht, besteedt per dag het minst (4).



Dagtoerisme (bron: NBTC Toeristisch bezoek aan steden)

In **2024** hebben **2.371.000 bezoekers** Rotterdam voor een dagje bezocht. Zij komen ook graag terug, gezien de hoge herhaalbezoekfrequentie van **4,2 keer per jaar**. Dat betekent dat er zo'n **9,96 miljoen dagbezoekers** zijn ontvangen in Rotterdam. Dat is wel zo'n **6,5%** minder dan het jaar daarvoor.



Gastvrijheid (bron: gemeente Rotterdam Omnibusenquête)

69%

van de inwoners is trots op de stad Rotterdam. Dit percentage is in vergelijking met voorgaande jaren redelijk stabiel.

Opvallend is de stijging van het percentage Rotterdammers dat het leuk vindt om aan niet-Rotterdammers te vertellen dat men in Rotterdam woont:

In **2024** is **74%** het (helemaal) eens met deze stelling, tegenover **69%** in **2023**.



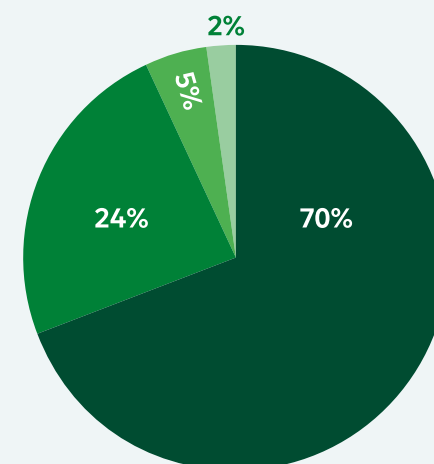
92%

van de bewoners vindt Rotterdam een leuke stad om te bezoeken

En **79%** is van mening dat Rotterdam als stad gastvrijer is geworden ten opzichte van **2023 (72%)**.

Draagvlak (bron: gemeente Rotterdam Omnibusenquête)

Hoe staan de inwoners in Rotterdam tegenover toerisme?



Colofon

De visie 'Te gast in Rotterdam 2020-2030' is in 2020 door het college van B&W vastgesteld en tot stand gekomen op basis van gesprekken met Rotterdammers (Veldacademie rapportage 'Gesprek met de Stad'), sessies met verschillende stakeholders onder leiding van Rotterdam Partners en de International Advisory Board Toerisme (adviesrapport 'The Rotterdam Way').

In samenwerking met Rotterdam Partners en Platform Gastvrij Rotterdam is de visie in 2025 geactualiseerd op het handelingsperspectief Gastvrijheid. Ook is de tekst van de visie naar het nu gebracht.

Met dank aan alle ondernemers die hun visie op toerisme hebben gedeeld.

Fotografie

Adrienne Wild:	pagina 21, 24
Amarant Captures:	pagina 16
Claire Droppert:	pagina 28, 36
Eric Fecken:	pagina 25
Gregor Servais:	pagina 23
Hans Wilschut:	pagina 32
Hester Blankestijn:	pagina 14
Inholland:	pagina 33
Iris van den Broek:	pagina 2, 5, 6, 8, 11, 18, 19, 22, 26, 34
Jacqueline Fuijkschot:	pagina 12
Jan de Groen:	pagina 3
Robin Utrecht:	pagina 1, 17, 37
Willem de Kam:	pagina 4, 30

Ontwerp

Endure Design b.v.

Datum

Juni 2025





Gemeente
Rotterdam