

---

# STRUCTURELE KRIMP ZAKEN- VERKEER KAN ROTTERDAM BANEN KOSTEN.

---

**De toeristische sector in Rotterdam heeft flink te lijden onder de coronacrisis. Anders dan de leisure reismarkt zal het zakelijk toerisme na de pandemie naar verwachting niet volledig herstellen. In een negatief scenario krimpt de werkgelegenheid met een kwart.**

38

VAN HAAREN, KOOPS, VAN OORT, DE HAAN & MANSHANDEN

Het Rotterdamse toerisme staat nog wel enige tijd onder druk door corona. Er is sprake van herstel, maar minder sterk dan in de andere grote steden. Zo weet Den Haag dankzij haar ligging aan de kust onze oosterburen aan te trekken. En Utrecht is in staat gebleken de combinatie van een historische binnenstad en centrale ligging in het groen optimaal te benutten en zo binnenlandse bezoekers te winnen. In Rotterdam is het herstel nog kwetsbaar. Binnenlandse bezoekers, Belgen en Duitsers bezoeken de stad iets meer, maar dat compenseert de terugval in het internationale, zakelijke bezoek nog niet. Hoe weerbaar is het toerisme in Rotterdam op langere termijn?

## Stabilisatie hotelovernachtingen

Voordat het coronavirus om zich heen greep, gingen er al stemmen op 'hoe verstandig toerismebeleid kan bijdragen aan het economische succes van de stad'. Rotterdam was bezig met een inhaalslag, gebaseerd op de groei van de stad, het veranderende karakter naar een attractieve consumptiestad en positieve associaties in diverse reismedia. Vooralsnog zonder de excessen die in Amsterdam optraden, en met beleid gericht op het managen van de toestroom van toeristen, spreiding van goed bereikbare attracties over de stad en verstandige planning van overnachtingslocaties. Investerings in de binnenstad betalen zich uit, niet alleen voor toeristen maar ook voor dienstverlening in bredere zin (zie EVR 2018).

Zo is het aantal overnachtingen via Airbnb in Rotterdam sterk gestegen naar 188.000 in 2018, tegen 164.000 in 2017 en 116.000 in 2016. Dit verklaart mogelijk deels de stabilisatie van het aantal bezoekers van hotels in de periode 2018-2019 (figuur 1). Zowel de groei van de zakelijke als de leisure toerist stabiliseert. Aangezien het groeipad van deze laatste groep steiler is, is de impact van het missen van deze groei het grootst.

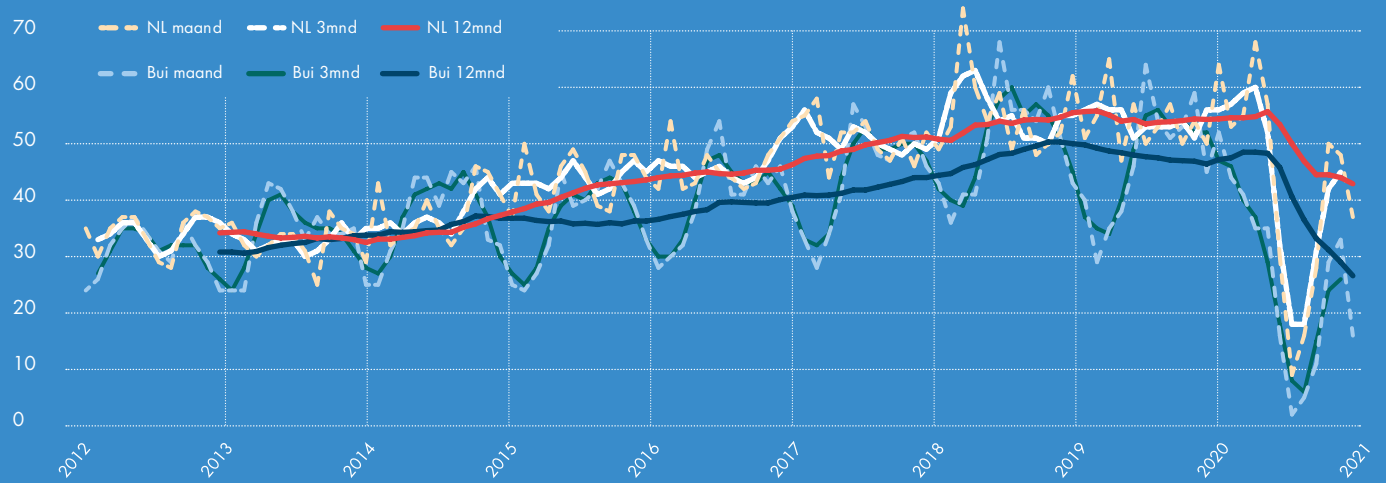
De sterke groei van Airbnb overnachtingen kan een deel van de groei absorberen die niet is opgenomen in de bezoekersaantallen van de hotelbranche. Gedetailleerde cijfers over Airbnb overnachtingen zijn niet voorhanden. Op basis van de trends in voorgenoemde cijfers is het aannemelijk dat het marktaandeel van Airbnb overnachtingen in de Rotterdamse markt is gegroeid naar circa 10%. Dat is vergelijkbaar met het marktaandeel van Airbnb in Amsterdam (circa 9,6%).

## Sterke krimp zakelijk toerisme

Gedurende de pandemie daalt het aantal bezoekers fors. Opvallend is dat het zakelijk bezoek veel sterker afneemt dan het leisure bezoek. In figuur 2 is de afname van het zakelijk bezoek in de eerste drie kwartalen van 2020 geanalyseerd. Hierin is het effect van 'minder overnachten' en 'aandeel zakelijk reizen' gesplitst, door een voorspelling te maken van het aandeel van en absolute aantal zakelijke reizen op basis van het verleden en dit te vergelijken met werkelijke cijfers in de coronaperiode. Door reisbeperkingen neemt het totale aantal reizen af. Dankzij digitale technologie kunnen zakelijke reizen eenvoudiger vervangen worden dan leisure reizen. Hierdoor treedt een extra verschuiving op in het aandeel zakelijk reizen in het totale aantal reizen.

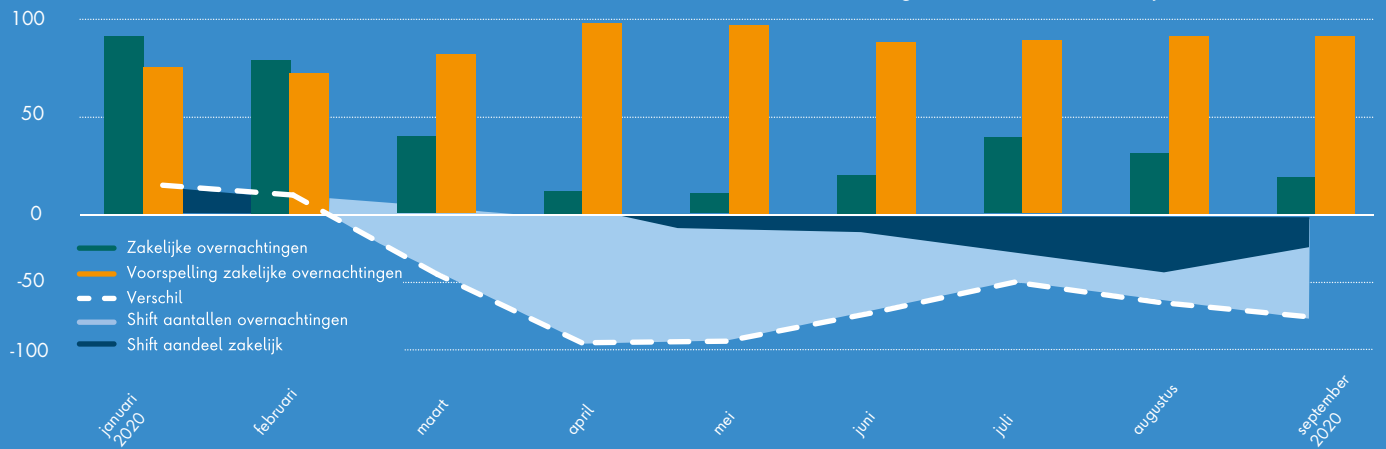
Opvallend is dat vanaf mei ook het aandeel zakelijk reizen zich negatief ontwikkelde, dit moment valt sterk samen met de gedwongen adoptie van digitale technologie (Teams, Zoom, Skype). Het donkerblauwe vlak in figuur 2 geeft inzicht in de mate waarin zakelijke reizen vermeden worden in aanvulling op de reisbeperkingen (die in principe gelijk zijn voor zakelijke en leisure toeristen). Dit is van belang omdat het inzicht geeft in het toekomstige aandeel zakelijke reizen dat vervangen kan worden door digitale technologie. In de periode augustus-september 2020 ligt dit aandeel op circa 22%.

**FIGUUR 1: ONTWIKKELING VAN BEZOEKERS VAN HOTELS IN ROTTERDAM, PER MAAND EN GEMIDDELTE OVER LANGERE TERMIJN**



Bron: CBS, bewerking door Erasmus UPT

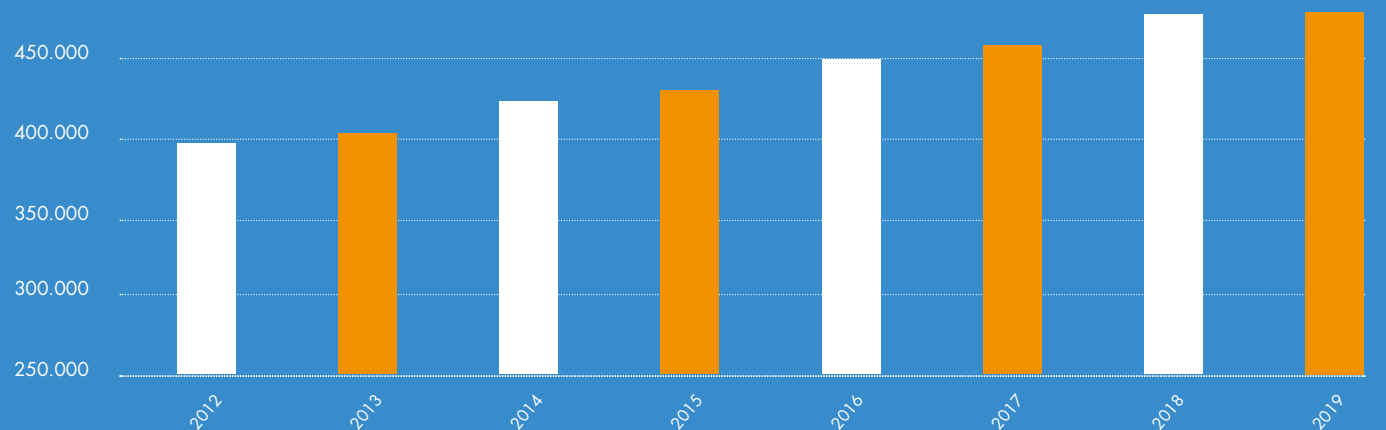
**FIGUUR 2: SHIFT-SHARE ANALYSE ZAKELIJK TOERISME \*shift aantallen overnachtingen, shift aandeel zakelijk**



39

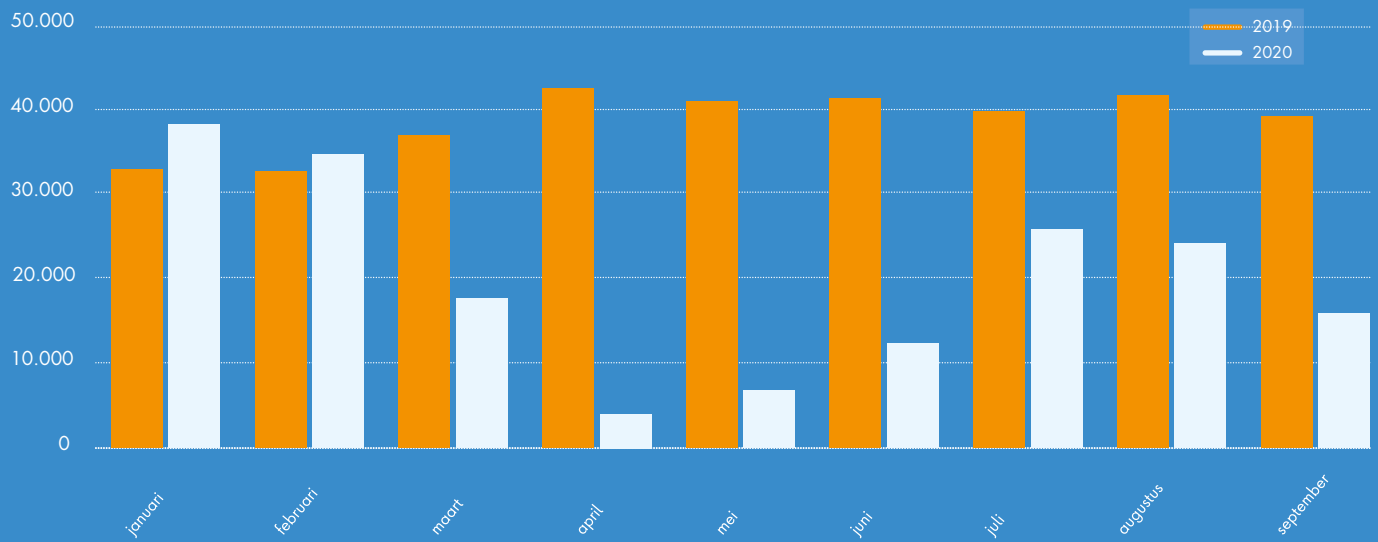
Bron: CBS, bewerking door Erasmus UPT

**FIGUUR 3: GERAAMDE BESTEDINGEN VAN VERBLIJFSTOERISTEN IN ROTTERDAM \*Jaarlijkse bestedingen verblijfstoerisme**



Bron: CBS, NTBC, LISA, BRZ, bewerking door Erasmus UPT

FIGUUR 4: GERAAMDE BESTEDINGEN IN DE ROTTERDAMSE TOERISMESECTOR \* Maandelijks bestedingen (x1000)



De binnenstad is de focus van het toerisme met de meeste attracties en verblijfsplekken. Ook het voor Rotterdam belangrijke zakelijk toerisme concentreert zich hier sterk. De hoge dichtheid, rijke voorzieningen en goede verbindingen maken de binnenstad aantrekkelijk voor deze doelgroep. Vanaf het (nieuwe) Centraal Station wordt een veelheid aan directe nationale intercityverbindingen aangeboden naar nagenoeg alle provincies in Nederland. De trein maakt relatief snelle verbindingen met grote steden in omliggende landen mogelijk. Deze verbindingen winnen aan belang gegeven de toegenomen aandacht voor duurzaam reizen, ook in de zakelijke markt.

Om Rotterdam met het vliegtuig te bereiken, kan gebruik worden gemaakt van twee luchthavens die beide op ongeveer dertig minuten ov-reistijd van het centrum zijn gelegen: Schiphol en Rotterdam The Hague Airport (RTHA). Anders dan op Schiphol is het netwerk van bestemmingen van RTHA beperkter en is er vooral sprake van uitgaand toerisme.

Na de coronapandemie zal het niet gemakkelijk zijn om lijndiensten met veel zakelijk verkeer, zoals de vlucht naar London City, aan RTHA te binden. De vraag naar vliegtoerisme is sterk gecorreleerd met de economische groei in Nederland en in andere landen die inkomend toerisme kunnen genereren. Daarnaast lijkt in de zakelijke markt een structurele gedragsverandering waarneembaar, als gevolg van de opgedane ervaring met videoconferenties. Ook de duurzaamheidseisen van overheden aan luchtvaartmaatschappijen voor het vliegen op kortere afstand, kunnen het hervatten van het bestemmingennetwerk op RTHA bemoeilijken.

### Bestedingen toeristen in Rotterdam

De toerismesector is belangrijk voor de economie van de stad. Dagbezoekers dragen bij aan bestedingen en geven doorgaans (>75% van de bezoekers) een bedrag onder de €50 uit (UPT 2020). Verblijfstoeristen geven daarentegen meer uit: zakelijke toeristen geven gemiddeld €320 per dag uit, terwijl leisure toeristen uit Nederland en het buitenland respectievelijk €99 en €180 uitgeven (NTBC 2018). Volgens het CBS overnachtten in 2019 ruim twee miljoen bezoekers in Rotterdam. Een analyse van deze kengetallen laat zien dat deze toeristen samen naar schatting €450 miljoen besteden in Rotterdam (zie figuur 3).

De totale recreatie- en toerismesector in Rotterdam beslaat 36.000 arbeidsplaatsen (BRZ 2020; LISA). Dit getal bevat arbeidsplaatsen herleidbaar naar bestedingen van bewoners, dagbezoekers en verblijfstoeristen. We ramen dat 7.200 arbeidsplaatsen in Rotterdam te herleiden zijn tot het verblijfstoerisme, waarbij de meeste arbeidsplaatsen onderdeel zijn van de horeca (76%), het vervoer (8%) en de kunst- en cultuursector (6%). De toerismesector is bijzonder hard geraakt door de corona-uitbraak en miste een aanzienlijk deel van de inkomsten in het belangrijke voorjaars- en zomerseizoen. Ook de tweede lockdown doet de omzet in het laatste kwartaal geen goed.

Een raming van de bestedingen per maand in de Rotterdamse toerismesector voor 2019 en 2020 laat zien dat in plaats van circa €350 miljoen er naar schatting slechts €180 miljoen is binnengekomen, een verschil van €170 miljoen. Een belangrijke veronderstelling achter deze raming is dat de toerist nog steeds hetzelfde bedrag per dag uitgeeft, indien dit bedrag door beperkende maatregelen verder is teruggelopen is het verschil in bestedingen groter (figuur 4).

Op basis van de bestedingen en arbeidsplaatsen in 2019 staan de gemiste bestedingen in verhouding tot 2.600 arbeidsplaatsen voor de eerste drie kwartalen. Gegevens over het laatste kwartaal ontbreken op het moment van schrijven, maar de verwachting is dat de gemiste bestedingen verder oplopen en daarmee het aantal arbeidsplaatsen dat potentieel onder druk staat.

### Sterke punten

Begin december gingen elf experts het gesprek aan over de weerbaarheid van het toerisme in Rotterdam. In deze sessie maakten zij een analyse van de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van het toerisme in de binnenstad van Rotterdam, de rest van de stad en de regio. Rotterdam heeft een aantal sterke punten die volgens de experts een positieve invloed kunnen hebben op het herstelvermogen van de toeristische sector in Rotterdam.

- 1. De fysieke structuur van de (binnen)stad.** De stad heeft door het bombardement wellicht geen historisch centrum, maar heeft daardoor juist een ruim opgezet stadsplan dat veel toerisme kan accommoderen zonder dat dit hoeft te leiden tot hoge dichtheden. De voor autoverkeer opgezette infrastructuur kan deels worden benut om langzaam verkeer (fietsen en lopen) meer ruimte te geven, zoals dat nu ook gebeurt op de Coolingsingel. Een deel van de stad is al autovrij. Er is fors geïnvesteerd in aantrekkelijkheid van de Rotterdamse binnenstad, recent onder de naam City Lounge.
- 2. Identiteit.** Rotterdam heeft een sterke eigen identiteit die afwijkt van de andere grote steden in Nederland. Door een aantal verrassende elementen en een grote hoeveelheid modernistisch erfgoed geeft Rotterdam de bezoeker een andere beleving dan steden met een historisch karakter. Rotterdam blijft ruimtelijk vernieuwen en experimenteren, met unieke ontwikkelingen recentelijk vooral aan de zuidkant van de rivier. De initiatieven rond de Rijnhaven zijn hiervan een voorbeeld. Rotterdam heeft de identiteit als architectuurstad weten te verbreden. Het rijke culturele aanbod maakt hier onderdeel van uit, zowel in de vorm van musea als kleinere, onafhankelijke cultuur.
- 3. Draagvlak.** De bevolking en politiek staan positief tegenover het toerisme en de bezoeker – een sterk punt voor de weerbaarheid. Er is sprake van expliciet toerismebeleid. Het begeleiden van toerisme met het oog

op het verminderen van de dichtheid van bezoekers past goed bij het sturen op toerisme in een anderhalve meter samenleving.

### Zwakke punten

Ook zijn de experts desgevraagd kritisch op enkele zwakke punten van Rotterdam voor de weerbaarheid van het toerisme.

- 1. Afhankelijkheid van zakelijke markt.** Een groot deel van de bezoekers bestaat uit zakelijke bezoekers. Deze bezoekers komen naar Rotterdam voor een zakelijke afspraak, of voor beurzen, congressen en events. Het is onduidelijk in hoeverre het zakelijk bezoek herstelt na corona (zie de scenarioanalyse verderop in dit essay).
- 2. Kwaliteit en onderscheidend vermogen (binnen)stad.** Een aantal basiscondities kan worden versterkt in de binnenstad. Zo kan het voor bezoekers worden vergemakkelijkt om hun weg te zoeken, en is de kwaliteit van de openbare ruimte wisselend. In de binnenstad wordt het winkelaanbod steeds meer onderscheidend, maar is toch nog sprake van veel grote ketens. Meer kleine, onafhankelijke ondernemers zou de aantrekkelijkheid van de binnenstad goed doen.
- 3. Onbekend maakt onbemind.** Rotterdam geniet bij een deel van de toeristen nog onvoldoende bekendheid. Het modernistische erfgoed wordt bijvoorbeeld te weinig benut om het verhaal van Rotterdam te vertellen. Het Rotterdam Museum is net opgedoekt, het gerenommeerde Boymans is nog voor jaren dicht. De vele werkzaamheden aan de openbare ruimte in de stad vormen een zwak punt voor de korte termijn, met bemoeilijkt toegankelijkheid.
- 4. Regionale toeristische verbindingen.** De verbindingen met regionale dragers van toerisme, vooral plaatsen die wel een historisch centrum hebben zoals Delft, Gouda, Dordrecht en Schiedam, zijn onvoldoende sterk.

### Kansen

De experts stellen vast dat veel van de genoemde zwakke punten ook leiden tot kansen, naast kansen die op zichzelf staan.

- 1. Rotterdam als alternatieve bestemming.** Rotterdam is relatief populair bij binnenlandse bezoekers. Dat vergroot de weerbaarheid van het toerisme, omdat zij vermoedelijk eerder terug zullen keren. De meest recente cijfers laten dat ook zien. Het verder inzetten op deze groep is dan ook een kans. Juist door de rem op internationaal reizen kan de stad meer bezoekers aantrekken die Rotterdam als alternatieve bestemming zien.

### 2. Beter benutten van assets in stad en regio.

Verbindingen met de regio zijn kansrijk, maar ook het havengebied en Hoek van Holland zijn gebieden die toeristisch interessant kunnen zijn. Opvallend is dat de rivieroever relatief weinig worden benut voor het toerisme. De nabijheid van open water en de binding met de maritieme historie van Rotterdam hebben waarde voor bezoekers. Verhaallijnen kunnen beter worden ingezet om de historie van de stad te vertellen. Inzetten op beleving past ook bij het type bezoeker dat de stad wil aantrekken en het soort toerismebeleid dat de stad wil voeren.

- 3. Doelgroep gericht aanspreken.** In Rotterdam wordt ingezet op het aantrekken van een selectieve groep toeristen. Deze frontrunners passen bij een duurzame benadering van het toerisme. Zij bezoeken de stad met respect, hebben aandacht voor duurzaamheidsvraagstukken en willen de stad vooral ervaren zoals een 'local' dat zou doen. Inzetten op kwaliteitstoerisme is een kans om toerisme te verbinden met sociaal-maatschappelijke uitdagingen in de stad.

### 4. Herstel benutten voor spreiding van bezoekers.

Het is een kans om de capaciteit van de ruimte in de binnenstad maximaal te benutten. Tegelijkertijd is de huidige pandemie een moment waarop de terugkerende toerist naar Rotterdam ook kan worden verleid om andere delen van de stad te bezoeken. Een voorbeeld is Berlijn, waar wijken en buurten met een eigen identiteit worden vermarkt. Rotterdam heeft ook een aantal wijken en buurten met een sterke eigen identiteit – bijvoorbeeld Feijenoord, Katendrecht en Delfshaven. Tegelijkertijd genieten deze wijken nog beperkte bekendheid buiten Rotterdam. De toerist zoekt vaak zelf de highlights, maar alternatieve plekken kunnen aantrekkelijk worden gemaakt voor bezoek.

### Bedreigingen

Ook zien de experts bedreigingen die de weerbaarheid van het toerisme in de weg staan.

- 1. Verschralling van het voorzieningenaanbod.** Kleine en grote ondernemers staan in de stad onder druk; dit kan leiden tot het wegvallen van aantrekkelijk aanbod en cruciale infrastructuur. Kleine ondernemers kunnen worden overgenomen door grote, met verschralling of standaardisatie van het aanbod als gevolg. Als ook grotere ondernemingen omvallen kan dat resulteren in leegstaande panden waarvoor niet snel een nieuwe bestemming is gevonden. De vraag is of overlevende voorzieningen de toerismestroom kunnen accommoderen als er weer grote aantallen toeristen naar Rotterdam komen.

## MONDIAAL LEISURE TOERISME

MEER PERSOONLIJK VERBONDEN

Leisure toerisme en zakelijk toerisme groeien door langs het oude groeipad

Leisure toerisme groeit door langs het oude groeipad

Zakelijk toerisme neemt af (-25%)

Matige verschraling voorzieningenaanbod

Netto afname leisure toerisme (-25%) door afname buitenlandse leisure toeristen en toename van binnenlandse leisure toeristen

Netto afname leisure toerisme (-25%) door afname buitenlandse leisure toeristen en toename van binnenlandse leisure toeristen

Zakelijk toerisme groeit door

Matige verschraling voorzieningenaanbod

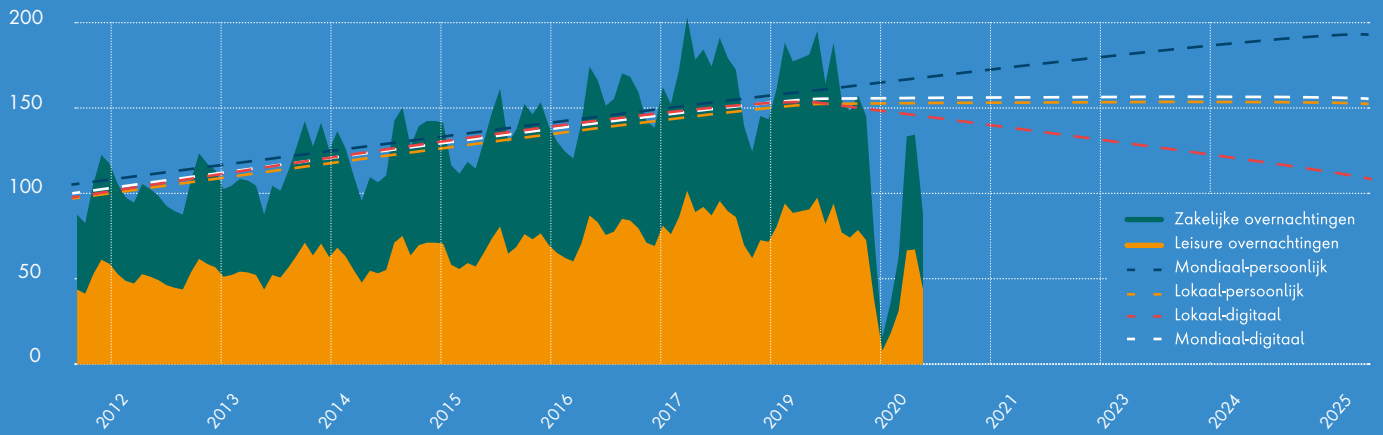
Zakelijk toerisme neemt af (-25%)

Sterke verschraling voorzieningenaanbod

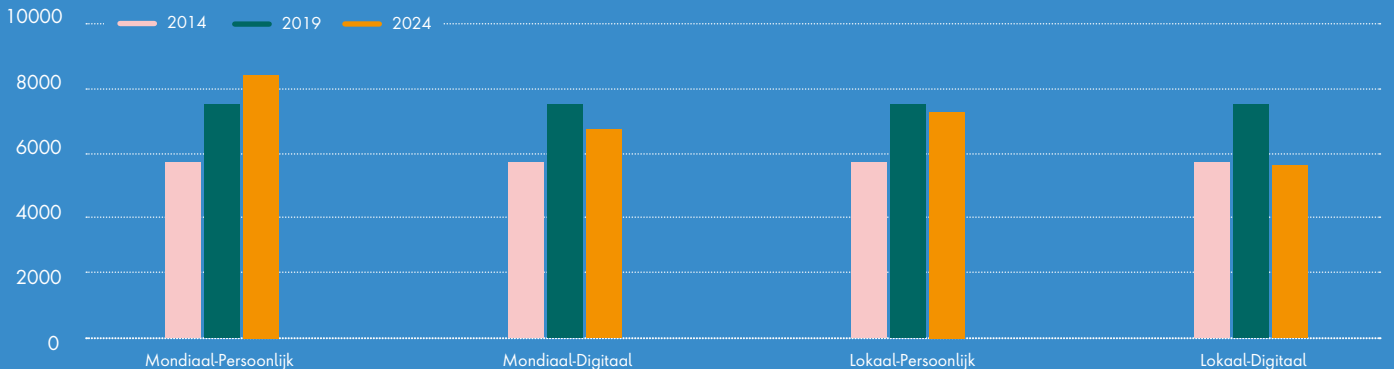
MEER DIGITAAL VERBONDEN

## LOKAAL LEISURE TOERISME

FIGUUR 5. UITKOMSTEN SCENARIO'S IN OVERNACHTINGEN (BOVEN) EN ARBEIDSPLAATSEN (BENEDEN) x1000 overnachtingen



43



Bron: CBS, NTBC, LISA, BRZ, bewerking door Erasmus UPT.

2. **Kwetsbaarheid van kunst en cultuur.** Het kunst- en cultuuraanbod is een belangrijke drager van de identiteit van Rotterdam. Grote festivals zoals het Internationale Film Festival Rotterdam (IFFR) en het zomercarnaval zijn beeldbepalend voor de stad, net als de uitgebreide mix van kleine festivals en culturele broedplaatsen. Het is de vraag in hoeverre deze sector het hoofd boven water kan houden.
3. **Digitalisering van zakelijke contacten.** De sterke afhankelijkheid van zakelijke bezoekers en veranderingen in de manier van werken zijn een bedreiging. Indien zakelijk toerisme structureel wordt vervangen door digitale verbindingen en bijeenkomsten, heeft dit negatieve gevolgen voor de Rotterdamse toeristensector.
4. **Negatieve publiciteit.** Op korte termijn is de recente negatieve publiciteit na relatief veel coronabesmettingen (Black Friday) in Rotterdam een bedreiging.

#### Vier toekomstscenario's

De experts hebben twee belangrijke externe onzekerheden centraal gesteld: 1) de mate waarin toerisme na corona een lokaal (binnenlands) of juist mondiaal karakter heeft; en 2) de mate waarin zakelijk reizen wordt vervangen door digitale connectiviteit. De kruising van die twee dimensies levert voor de periode 2019-2024 vier mogelijke scenario's op. Zie pagina 43 voor een weergave van de scenario's

44

#### 1. Mondiaal toerisme en persoonlijk contact (MP)

Dit scenario komt het dichtste bij de situatie voor de coronacrisis en is het meest wenselijk. Veel zakelijke contacten komen via persoonlijk contact tot stand. Zakenreizen voor belangrijke afspraken, vergaderingen, als incentive of voor congressen, evenementen en beurzen zijn aan de orde van de dag. Daarnaast komen bezoekers in hun vrije tijd vanuit de hele wereld naar Rotterdam. Zij bezoeken Rotterdam soms ook als deel van een bezoek aan Nederland of op rondreis door Europa. Het toerisme groeit door op de oude voet en de voorzieningen voor toeristen herstellen zich en maken daarna groei door langs het historische groeipad. De afvlakkende groei in 2019 en de pandemie leiden alleen tot uitstel, niet tot afstel van de groei. In dit scenario komen er circa 1.000 arbeidsplaatsen bij, ofwel een cumulatieve groei van 12,5% over de periode 2019-2024. Het toerisme kan in dit scenario bijdragen aan het bredere herstel in de stad: meer toeristen, meer overnachtingen, meer bestedingen en meer arbeidsplaatsen bieden agglomeratievoordelen. Het toerisme draagt bij aan het draagvlak voor voorzieningen waarvan bewoners en bedrijven ook profiteren.

#### 2. Mondiaal en digitaal verbonden (MD)

In dit scenario verandert de zakelijke markt. De pandemie heeft geleid tot een brede adoptie van digitale technologie om afspraken tot stand te brengen en online omgevingen

worden gebruikt om een aanzienlijk deel van de evenementen digitaal vorm te geven. Er is nog wel sprake van persoonlijk zakelijk contact, maar dat is slechts 75% van de intensiteit voor de corona-uitbraak. Het leisure toerisme groeit op basis van het historische groeipad, zoals in het eerste scenario beschreven. Per saldo neemt het totale toerisme af. Veel voorzieningen voor zakelijke toeristen staan onder druk, verdwijnen of richten zich op een nieuwe doelgroep. Voorzieningen gericht op leisure toeristen herstellen zich, maar ervaren concurrentie van voorzieningen die zich voorheen op de zakenmarkt richtten. Per saldo nemen overnachtingen, bestedingen en arbeidsplaatsen af. Dit leidt tot verschraving van het voorzieningenaanbod voor de toerist wat de groei verder afremt. In dit scenario weegt het bestedings- en arbeidsmarkteffect zwaar door. Het verlies van een deel van het zakelijk toerisme leidt tot een cumulatieve krimp in arbeidsplaatsen van 10,7%.

3. **Lokaal en persoonlijk contact (LP)** Op de zakelijke markt keert veel terug naar het oude, zoals in het eerste scenario omschreven. Leisure toeristen uit andere delen van de wereld blijven vaker weg, maar in plaats daarvan komen er meer toeristen uit Nederland en direct aangrenzende regio's naar Rotterdam. Het aantal binnenlandse bezoekers neemt fors toe en Rotterdam vormt een op zichzelf staande bestemming voor deze doelgroepen, maar dit compenseert niet volledig voor het wegblijven van de internationale toerist. Ten opzichte van het voorgaande scenario is het negatieve effect op aantallen overnachtingen groter, maar het bestedingseffect en arbeidsmarkteffect geringer. Het verlies van een deel van het leisure toerisme en een ongunstige verandering van de bestedingen door het aantrekken van meer lokale toeristen zorgen voor een krimp in arbeidsplaatsen van cumulatief 3,3%

4. **Lokaal en digitaal verbonden (LD)** In het meest negatieve scenario verandert zowel de zakelijke als de leisuremarkt. In de zakelijke markt is nog wel sprake van persoonlijk zakelijk contact, maar dat is slechts driekwart van de intensiteit voor corona, zoals onder het tweede scenario besproken. Ook het aantal leisure toeristen loopt terug en de samenstelling van deze bezoekers verandert, zoals onder het derde scenario beschreven. De Rotterdamse economie wordt dubbel geraakt in dit scenario. Per saldo liggen overnachtingen en bestedingen fors lager en dit heeft grote consequenties voor het aantal arbeidsplaatsen, met een cumulatieve krimp van 26,1%.



## Conclusie

Alles overziend is er veel onzekerheid over het herstel van het toerisme. De uitkomsten van de vier scenario's lopen dan ook sterk uiteen en laten voornamelijk onzekerheden zien voor de arbeidsmarktgevolgen. Slechts in één gunstig scenario is sprake van voortgezette groei op middellange termijn. Maar het verleden stemt relatief hoopvol aangezien mensen snel terugkeren naar oud gedrag zodra belemmeringen zijn opgeheven. Niettemin is krimp op de zakelijke markt waarschijnlijk. Digitalisering vervangt naar verwachting ten minste een deel van de contacten, mede onder druk van duurzaamheids- en kostenoverwegingen. Dit heeft een negatief effect op vooral de binnenstedelijke ontwikkeling.

Door actief in te zetten op de toerimesector kan worden bijgedragen aan herstel van de Rotterdamse en regionale economie. Een dilemma is de ondersteuning van voorzieningen gericht op de zakelijke bezoeker, omdat sprake kan zijn van een structurele verandering.

In de leisuremarkt is krimp van de vraag op langere termijn minder waarschijnlijk. Hier verwachten wij vooral substitutie van internationale bezoekers door binnenlandse bezoekers indien het internationale toerisme niet herstelt. Daarmee is deze markt minder kwetsbaar. Het toerisme uit Nederland en omliggende regio's lijkt goede kansen te hebben op herstel. Instandhouding van infrastructuur voor deze doelgroep is dan ook van belang. Omdat deze toeristen relatief weinig besteden is de kosten-batenverhouding van ondersteuning van deze voorzieningen wel minder gunstig.

Overigens kan de leisuremarkt ook een dubbel herstel laten zien: Rotterdam wordt populair als 'corona-alternatief' en trekt daardoor structureel meer bezoekers uit Nederland en de buurlanden, én het internationale bezoek herstelt op termijn. Dit is een plus bovenop het historische groeipad. Het toerisme kan dan fungeren als vliegwiel en draagt dan bij aan het agglomeratie-effect van de stad.

De cultuursector levert een belangrijke bijdrage aan de identiteit en het toeristische succes van Rotterdam. Behoud van deze sector is daarom cruciaal. Hierbij is aandacht voor grote culturele dragers belangrijk, maar ook voor het kleinschaligere culturele segment.

Het wegblijven van bezoekers biedt de gelegenheid voor te sorteren op een duurzaam toerismebeleid (passend bij de reeds ingeslagen weg). Spreiding van toeristen over de stad, met aandacht voor 'wayfinding' en verhaallijnen uit de historie van de stad, kan een structurele impuls geven aan de impact van het toerisme op de sociale en economische uitdagingen in de stad.

DIT ESSAY KWAM MEDE TOT STAND DOOR DE INBRENG VAN ELF EXPERTS: ERIK BRAUN (COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL), GIULIANO MINGARDO (ERASMUS UPT), EVERT-JAN KLEINE (GEMEENTE ROTTERDAM), DOMINIQUE VAN ELSAKKER (URBAN DEPARTMENT STORE ROTTERDAM), EUGENIO VAN MAANEN & JEROEN NAWIJN (NHTV), KO KOENS (INHOLLAND), YI-LING LAM (ROTTERDAM PARTNERS), MONIQUE ZWINKELS (GEMEENTE ROTTERDAM), EWOUT VERSLOOT (NBTC), EN HARM IJZEN (KENNISCENTRUM KUSTTOERISME).

