



POSITION PAPER

ROTTERDAM PARTNERS 2022



POSITION PAPER

Rotterdam is een stad in beweging. Beweging die altijd is gestoeld op ambitie. De afgelopen jaren heeft Rotterdam haar ambities getoond op het gebied van innovatie, digitalisering, duurzaamheid, circulariteit en inclusiviteit. Ambities gekoppeld aan concrete daden die Rotterdam Partners internationaal met succes onder de aandacht heeft gebracht.

Maar de wereld is in verandering. Internationale trends die al zichtbaar waren voor Covid-19 zijn in een versnelling gekomen en hebben hun weerslag op de Rotterdamse economie. De stad heeft grote transitiedoelstellingen op het gebied van duurzaamheid, circulariteit, digitalisering en resilience. Ondertussen staat het vestigings- en ondernemersklimaat onder druk. Schaarste heerst op tal van gebieden – van ruimte voor vestiging tot beschikbaar talent. Het is daarom niet langer houdbaar om te sturen op economische groei zonder rekening te houden met de impact die dit heeft op andere voor de stad belangrijke waarden om te komen tot een toekomstbestendige stad. Deze tijd vraagt om andere keuzes. We moeten sturen op groei die recht doet aan de kracht van Rotterdam en bijdraagt aan een sterke, weerbare en inclusieve economie die juist ook op de langere termijn zorgt voor een goede toekomst voor alle inwoners. Kortom, we moeten van economische groei naar duurzame economische impact. Rotterdam Partners draagt hier met internationale marketing en acquisitie in belangrijke mate aan bij.

Voor een stad als Rotterdam, met grote transitieopgaven om te komen tot een weerbare en toekomstbestendige economie is internationalisering onmisbaar. Om die opgaven te realiseren heeft de stad zowel kennis en kunde als investeringsvermogen van buiten nodig – nieuwe samenwerkingspartners en investeerders die helpen bouwen aan een duurzaam en weerbaar Rotterdam. Die bereid zijn om de miljoenen te investeren die nodig zijn voor de energietransitie. Die net als de komst van eerdere samenwerkingspartners als CIC en Venture Café, Up Rotterdam en BlueCity ervoor zorgen dat we verder bouwen aan een internationaal onderscheidend ecosysteem. Een ecosysteem dat randvoorwaardelijk is om duurzame groei te realiseren. Ook het bestaande ondernemersklimaat is gebaat bij internationalisering. Het draagt bij aan het versterken van het bestaande Rotterdamse ondernemersklimaat omdat we bedrijven, instellingen en organisaties helpen met hun ambities internationaal te groeien.

KWALITATIEVE GROEI

De afgelopen jaren zijn we als Rotterdam Partners succesvol gebleken in het behalen van onze internationale doelstellingen. Samen met onze nationale, regionale en lokale partners hebben we gebouwd aan een sterke internationale positionering van Rotterdam. Een sterk merk en een daarmee samenhangend positief imago in binnen- en buitenland maakt dat wij de afgelopen jaren een stijgend aantal toeristen, bedrijven en congressen voor Rotterdam wisten aan te trekken. Daarmee hebben wij bijgedragen aan een volwassen Rotterdam – een stad die op diverse internationale podia weet te excelleren. Als organisatie hebben wij ons ontwikkeld tot een volwassen organisatie die Rotterdam vanuit een regisseursstoel naar een hoger plan tilt. Dit maakt dat we inmiddels meer en meer kunnen sturen op kwalitatieve groei – zoals ook vastgelegd in onze meerjarenafspraken met de gemeente.

EEN NIEUWE MANIER VAN CITYMARKETING

De veranderende wereld vraagt nu van ons dat wij onze marketing en acquisitie op een andere manier moeten gaan bedrijven willen we de juiste economische impact blijven maken. We zien dat, mede door de impact van de pandemie, de manier waarop we wonen, werken en samenleven drastisch is veranderd en naar alle waarschijnlijkheid niet meer zal terugkeren naar de manier waarop we werkten en samenleefden voor de pandemie. De maatregelen om de verspreiding van de pandemie af te remmen hebben internationale handel en (zakelijke) reizen veel ingewikkelder gemaakt. Ook handelsoorlogen, veiligheidsdreigingen en ecologische afwegingen spelen een steeds grotere rol bij internationalisering van bedrijven, organisatoren van congressen en toeristen. De verwachting is dat de motivatie om en de manier waarop mensen internationaal reizen en zaken doen blijvend zal veranderen. Dit zal hoe dan ook negatieve gevolgen hebben voor een stad als Rotterdam, die middenin de internationale samenleving opereert.

Tegelijkertijd biedt het ook kansen. Bezoekers zullen de 'drukke' toeristische hotspots in Europa mijden en op zoek gaan naar een meer 'duurzaam' alternatief (bron NBTC). Ook congresorganisatoren maken andere afwegingen, waarbij veiligheid voor bezoekers, een meer intense beleving tijdens de bijeenkomst, en duurzaamheid de keuzes meer dan in het verleden zullen beïnvloeden (bron IAB MICE).

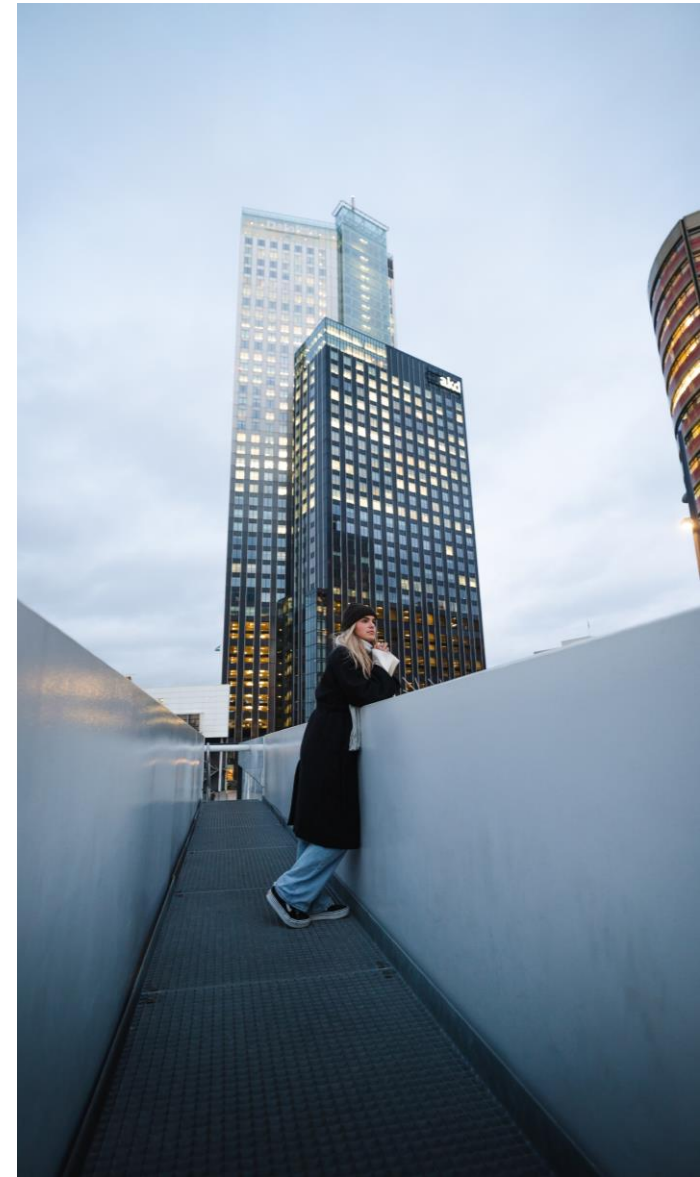
Door het actief promoten en ontwikkelen van Rotterdam als een stad van de toekomst, als een 'frontrunner' om deze globale issues lokaal het hoofd te bieden, onderscheiden we ons internationaal als een aantrekkelijke alternatieve bestemming. Deze zelfde kwalitatieve trend biedt ook kansen voor het aantrekken van internationale bedrijven. Met name de energietransitie, toegenomen digitalisering en druk op het vinden van de juiste mensen dwingen bedrijven om bewuster dan in het verleden na te denken over hun internationalisering.

Een stad als Rotterdam met de haven en stad als belangrijke katalysator voor deze globale transitie, en woonplaats voor huidig en toekomstig talent is voor veel organisaties een serieuze optie. Rotterdam kan op onderdelen flink van deze positieve (economische) ontwikkelingen profiteren.

Met onze marketing en acquisitie hebben wij zowel een regisserende als een sturende rol om deze kansen om te zetten in economische impact. Dat dit nodig is bewijst het duurzaamheidsbeleid van Rotterdam. Door zowel gemeente, haven, bedrijven, burgers, als kennisinstellingen worden verschillende onderscheidende initiatieven op dit terrein ondernomen. Toch wordt Rotterdam internationaal nog niet gezien als 'koploper' op dit terrein. Wellicht wel op onderdelen, maar niet als stad en regio. We benutten dus onze potentie niet en verliezen ons onderscheidend vermogen.

Slimmer samenwerken, verbinden en communiceren is de sleutel, en Rotterdam Partners wil hier een proactieve rol in spelen. Door unieke integrale proposities te signaleren en te ontwikkelen, en - vanuit onze kernactiviteiten - deze via slimme marketing & communicatie om te zetten in concrete acquisitiekansen bij de juiste internationale vestigers en bezoekers. We willen met onze proactieve acquisitie bedrijven, zakelijke evenementen en congressen naar onze stad halen die passen bij het ecosysteem en de transitiedoelstellingen van Rotterdam. Deze worden geselecteerd op de toegevoegde waarde die ze leveren voor de stad en de bijdrage die ze op korte en lange termijn kunnen leveren aan onze eerder beschreven doelstellingen. Deze waarde vertaalt zich op de korte termijn in de werkgelegenheid die ze creëren en de bestedingen in de stad. Zo schept toerisme werkgelegenheid voor praktisch opgeleiden en kunnen we in Rotterdam mede dankzij toerisme een hoog voorzieningenniveau in stand houden. Op de langere termijn helpt hun komst om onze stedelijke en economische systemen te veranderen en meer weerbaar en veerkrachtig te maken.

In die lijn ondersteunen we ook bestaande internationale ondernemingen in Rotterdam bij hun economische groei en bedrijven in de regio met internationale ambities waar dat bijdraagt aan een positieve impact op een toekomstbestendige, duurzame economie. Daarnaast focussen we ons alleen nog maar op het proactief aantrekken van bezoekers die passen bij het DNA van Rotterdam: bold, forward, culture. Wij noemen deze (zakelijke) bezoekers onze 'frontrunners' (inmiddels vertaald in de Do-rist campagne).





SCHERPE KEUZES

De afgelopen jaren hebben ons echter ook laten zien dat alleen marketing & acquisitie niet genoeg is zolang belangrijke vestigingsvoorwaarden niet op orde zijn. Er heerst schaarste op tal van gebieden. Om dat aan te pakken zijn keuzes van het rijk nodig, maar evengoed van de gemeente Rotterdam.

Zo is er in de stad sprake van schaarste aan vestigingsplekken voor nieuwe bedrijven, vooral in de innovatieve maakindustrie en circulaire economie. Het aanbod van internationaal (meertalig) onderwijs loopt achter bij andere steden. De bereikbaarheid in en rond de stad is een punt van zorg. En het woningaanbod voor nieuw talent staat onder druk. Daarbovenop dreigt verschraving van het aanbod van de stad als gevolg van de pandemie. Sectoren die een grote positieve bijdrage leveren aan een levendige en leefbare stad voor Rotterdammers en nieuwe vestigers, zoals de kunst – en cultuursector, de retail en de horeca zijn de afgelopen jaren zwaar getroffen. Dit alles tezamen heeft negatieve gevolgen voor de internationale acquisitie van bedrijven en maakt Rotterdam minder aantrekkelijk voor toekomstige congressen en events. Het heeft ook impact op het ondernemersklimaat voor Rotterdamse bedrijven – van grote internationale bedrijven tot het lokale MKB.

Schaarste op zo veel terreinen maakt het meer dan ooit noodzakelijk om met een integrale blik naar de stedelijke vernieuwingsopgave te kijken. Alleen zo kan recht worden gedaan aan de verschillende belangen. Wonen, werken, kunst & cultuur, onderwijs, groen; het doet er allemaal toe voor Rotterdammers en het draagt ook allemaal bij aan een aantrekkelijk vestigings- en ondernemingsklimaat.

Koester en bewaak bij deze integrale aanpak ook het internationale imago van Rotterdam. Wij hebben de afgelopen jaren succesvol gebouwd aan internationaal imago volgens de kernwaarden Bold, Forward & Culture. Kernwaarden die de essentie van het Rotterdamse DNA op zo'n manier uit dat deze internationaal onderscheidend is en tevens relevant is voor onze doelgroepen. Tussen deze belofte en de werkelijkheid dreigt in toenemende mate een discrepantie te ontstaan. Innovatieve, experimentele, rauwe plekken en initiatieven die bijdragen aan het internationaal succesvolle en onderscheidende imago van de stad moeten steeds vaker wijken voor de stedelijke vernieuwingsopgave. Terwijl zij juist van onschatbare waarde zijn voor het in stand houden van ons internationale maar ook lokaal onderscheidende en aantrekkelijk vestigingsklimaat. Bewaar en bewaak daarom het rauwe randje, de rafelranden van de stad, door bijvoorbeeld ruimte te behouden en te maken voor bottom-up initiatieven zoals Weelde, Schiekadeblok en Blue City. Investeer in relevant kunst en culturaanbod om verschraving te voorkomen. Blijf investeren in ruimte voor experiment/startups en plekken zoals CIC, Port XL en RDM. Het maakt de stad divers en inclusief, belangrijke waarden voor zowel grote internationale hoofdkantoren als individuele internationals om zich te binden aan Rotterdam.

Rotterdam Partners wil gericht en proactief een bijdrage leveren aan het komen tot oplossingen. Wij signaleren vijf thema's die een integrale visie verdienen om de stedelijke economie op de juiste manier vooruit te bewegen:

I. Rotterdam – Leading change

Rotterdam bouwt internationaal succesvol aan een imago als duurzame en innovatieve stad. Een stad waar ruimte wordt gegeven aan het bedenken van en experimenteren met oplossingen voor nationale en mondiale transitiethema's. En waar ook volop ruimte is om deze oplossingen naar de markt te brengen. Onderscheidend zijn we internationaal vooral op de volgende onderwerpen:

- Energietransitie, waarin de stad beweegt van vervuiler naar vernieuwer
- Zorgtransitie, waarin internationaal onderscheidende spelers als het Erasmus MC en de TU Delft nieuwe allianties vormen voor innovatieve zorgoplossingen
- Innovatieve maakindustrie, waarmee Rotterdam internationaal in het oog springt als de stad van design, develop en deliver
- Binnen de maritieme wereld staat Rotterdam bekend als groot havenlogistiek cluster met de haven als koploper op het gebied van innovatie

Rotterdam Partners zet deze thema's via marketing & communicatie om in concrete acquisitiekansen, maar loopt hierin tegen een aantal knelpunten aan. Allereerst is er een mismatch tussen de ambities met de energietransitie en de daadwerkelijke beschikbare fysieke- en milieuruimte voor (internationale) vestigers die hier een bijdrage aan kunnen leveren. Deze bedrijven hebben veelal een grote ruimtevrage. Daarnaast lopen bedrijven die een bijdrage kunnen leveren aan de circulaire economie van Rotterdam nu veelal aan tegen milieuruimte-beperkingen. En vooral deze sector kampt met een gebrek aan technisch talent.

Ditzelfde gebrek aan ruimte speelt ook binnen de innovatieve maakindustrie en de sector Life Sciences & Health, waar er, ondanks op handen zijnde investeringen, een groot tekort is aan beschikbare labruimte. Het zijn juist deze sectoren die een belangrijke rol hebben in de volgende sprong voor de stad – en waarbinnen we het innovatieve – en investeringsvermogen van nieuwe bedrijven hard nodig hebben om vooruit te bewegen.

II. Duurzaam toerisme en aantrekkelijke stad

Dat een goede en gezonde bezoekerseconomie van grote waarde is voor onze stad, heeft de coronacrisis nog maar eens aangetoond. De Visie Toerisme zoals deze in 2020 door de gemeente is gepresenteerd geeft de juiste koers voor verdere groei van deze sector. Uitgangspunt hierbij is dat een gezonde bezoekerseconomie begint bij datgene wat goed is voor de Rotterdammer zelf. Dit vertaalt zich vervolgens in marketing en communicatie gericht op het enthousiasmeren en aantrekken van bezoekers voor de stad. Diversiteit en inclusiviteit zijn hierin belangrijke criteria en deze vertalen zich op verschillende manieren.

Stuur op divers aanbod – zowel kwaliteit als kwantiteit – van activiteiten (hotels, restaurants, attracties, en ander aanbod) om aantrekkelijk te blijven voor het type bezoeker waar Rotterdam zich op focust (in de Visie Toerisme gedefinieerd als de frontrunner). En stuur hierbij ook op spreiding van toeristen in de stad door het proactief creëren van nieuw aanbod in diverse wijken (zoals bv de Cultuurcampus en door middel van het Stadsprogramma). Stimuleer bottom-up initiatieven van ondernemers en/of wijken die deze spreiding mogelijk maken, en belangrijker nog, laat dit direct aansluiten bij de behoeften van de Rotterdammers zelf.



III. Talent en Onderwijs

De schaarste aan het juiste en beschikbaar talent is mondiaal in veel sectoren een probleem. Het vergt dat Rotterdam nog nadrukkelijker richting potentiële investeerders duidelijk moet maken wat Rotterdam aan talent te bieden heeft en ze hieraan – eenmaal hier gevestigd – daadwerkelijk te verbinden. Rotterdam Partners spant zich hier al voor in en wil de komende jaren verder inzetten op het verbeteren van de samenwerking met diverse talentprogramma's en initiatieven in stad en regio. Eerdergenoemde investering in het behouden van een onderscheidend en aantrekkelijk vestigingsklimaat is tevens randvoorwaardelijk om talent aan Rotterdam te binden. Naast Rotterdam Maritime Capital of Europe zouden we ook moeten streven naar Rotterdam Capital of Talent.

Voor een aantrekkelijk vestigingsklimaat is goed internationaal (meertalig) onderwijs belangrijk. Rotterdam loopt hierin achter op andere grote steden. De capaciteit en de huisvesting van dit onderwijs zijn momenteel onder de maat. Internationaal onderwijs is een belangrijke factor voor een goed vestigingsklimaat. Bij de afweging waar bedrijven zich vestigen of willen uitbreiden speelt mee of kinderen van hun medewerkers er onderwijs kunnen volgen. Hetzelfde geldt voor de broodnodige kenniswerkers die meerdere Rotterdamse instellingen en bedrijven aantrekken vanuit het buitenland. Zij kiezen voor een stad waar hun kinderen naar internationaal onderwijs kunnen.

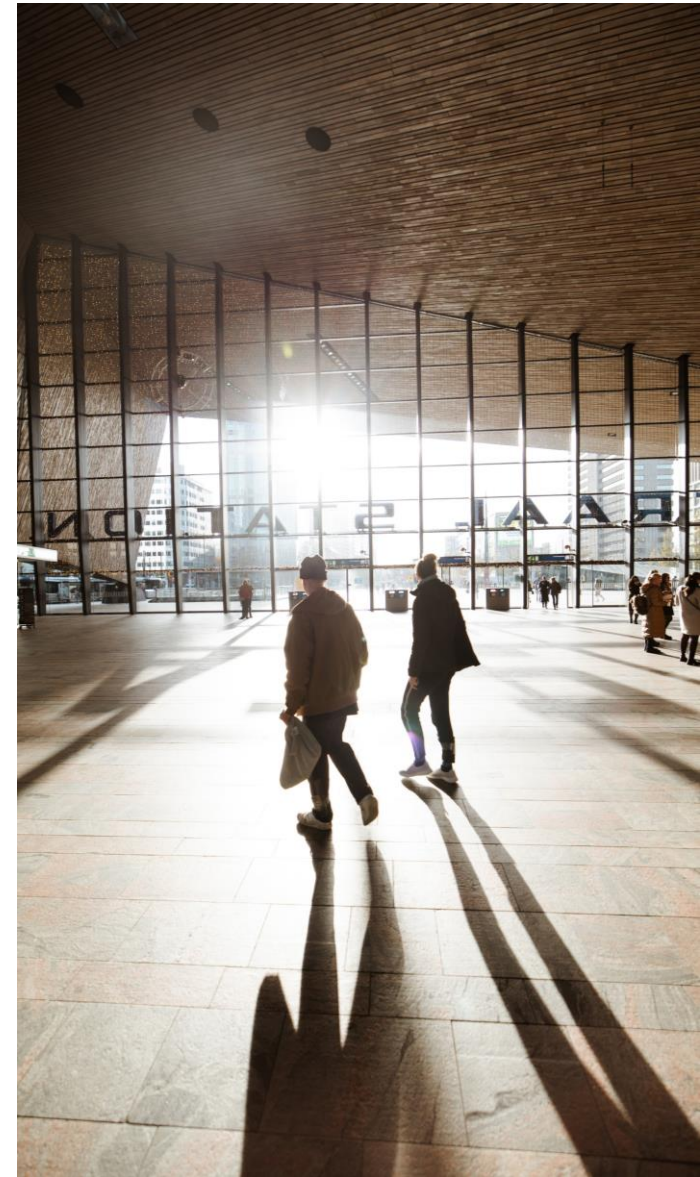
Rotterdam Partners maakt sinds het begin van de ontwikkeling deel uit van de Advisory Board Campus Internationaal Onderwijs. Deze heeft als doel om te komen tot een campus met een doorlopende leerlijn; kinderopvang, basis- en voortgezet onderwijs samen met sportvoorzieningen. Begin 2022 heeft het college van burgemeester en wethouders besloten tot de uitwerking van een integraal plan voor de campus en de daartoe beschikbare middelen te reserveren.

IV. Balans tussen wonen en werken

De woonambitie van de gemeente Rotterdam wordt ondersteund door Rotterdam Partners, tegelijkertijd dreigt het gevaar dat de economische belangen en daarmee de werkgelegenheid ondergesneeuwd raken. Houdt bij stedelijke vernieuwing daarom oog voor voldoende ruimte voor zowel bestaande als nieuwe internationale (en nationale) bedrijven om zich te vestigen in de stad of om hun bedrijf uit te breiden. Werkgelegenheid blijft een bepalende factor voor toekomstige economische groei. De komst van nieuwe bedrijven naar de stad is daarvoor noodzakelijk, evenals het behouden van de bestaande bedrijven in de regio. Alleen het zijn van een aantrekkelijke woonstad is derhalve niet voldoende. Rotterdam zal zich moeten blijven onderscheiden als innovatieve werkstad.

V. Bereikbaarheid en toegankelijkheid

Investeren in een bereikbare en toegankelijke stad is in het belang van iedereen: bewoners, bezoekers en bedrijven. In het bouwen aan een duurzame, toekomstbestendige economie zien wij vooral het belang om te focussen op duurzame verbindingen om mensen van en naar Rotterdam te vervoeren. Dit kan door in te zetten op verbreding van het aanbod internationale (nacht)spoorverbindingen naar (zakelijke) bestemmingen. Door Rotterdam The Hague Airport te blijven ontwikkelen als innovatiehub voor vliegverkeer van de toekomst en daarnaast vooral te behouden voor het zakelijk reisverkeer. Een aantrekkelijke duurzame bestemming investeert ook in duurzame mobiliteit in de stad en zorgt voor een aantrekkelijk aanbod van openbaar vervoer, fietsen, deelmobiliteit en andere nieuwe vormen van vervoer. Investeren in een goede digitale ontsluiting hoort daar ook bij. Wil Rotterdam een koploper blijven in digitalisering dan moeten randvoorwaarden als een glasvezelnetwerk en 5G en internetsnelheid blijvend op orde zijn.





ONZE IMPACT

Rotterdam Partners is de officiële Destination Marketing Organisatie & Investment Agency van de stad Rotterdam. Wij bouwen aan een duurzame groei van de Rotterdamse economie door Rotterdam internationaal aantrekkelijk te positioneren als stad en vestigingsplaats, om hiermee bedrijven, congressen, events en bezoekers naar de stad te trekken.

ONZE DOELEN

Rotterdam Partners stuurt op een achttal afrekenbare doelen: het aantal hotelgasten en hotelovernachtingen in de stad, het bereik van positieve mediapublicaties over Rotterdam, het aantal kandidaatstellingen voor congressen alsmede de economische spin-off van congressen, het aantal aanvragen vanuit de reisindustrie en de corporate eventensector, en het aantal nieuwe banen als gevolg van de vestiging van bedrijven in de stad. Hierbij gaat het om werkgelegenheid in de breedte; van banen voor hoogopgeleiden tot banen voor mensen uit het praktijkonderwijs.

We monitoren deze groei op aantallen én op de wijze waarop deze bijdraagt aan de economische groeiambities van de stad.

ONZE TOEGEVOEGDE WAARDE

De economische en maatschappelijke toegevoegde waarde van Rotterdam Partners laat zich meten langs een aantal lijnen. Erasmus Center for Urban Port and Transport Logistics onderzocht de directe en indirecte bijdrage van nieuw gecreëerde werkgelegenheid door internationale bedrijven in de Rotterdamse regio. Internationale bedrijven die zich in de periode 2017-2020 vestigden in Rotterdam, waren goed voor ongeveer 9.800 banen waarvan 5.700 direct. Zij brachten een economische waarde van ongeveer 1,1 miljard euro, waarvan ruim 800 miljoen euro direct. Daarnaast leveren zij een unieke bijdrage aan een sterkere en meer weerbare Rotterdamse economie, doordat zij kennis, kunde en investeringsvermogen van buiten meebrengen. De economische spin-off van congressen is gemiddeld ruim 35 miljoen euro per jaar (bron Rotterdam Partners). Rotterdam Partners levert dan ook een significante bijdrage aan een bloeiende toekomstbestendige economie van Rotterdam en aan een levendige en leefbare stad voor Rotterdammers.





TERUGBLIK OP 2021

CIJFERS EN ACTIVITEITEN



HET JAAR 2021

Na een zwaar coronajaar hoopten we dat 2021 het jaar zou worden van 'alles weer terug naar het oude'. De realiteit bleek weerbarstig. We begonnen én eindigden het jaar in lockdown. Onze veerkracht werd op de proef gesteld, en zo werd 2021 het jaar van 'zoeken naar wat wél kan'.

Het tweede coronajaar heeft van iedereen veel gevraagd. De effecten van de lockdowns en andere vrijheidsbeperkende maatregelen op bewoners, ondernemers en de cultuursector zijn bekend. Een belangrijk verschil met 2020 was echter dat we inmiddels een jaar ervaring hadden met leven en werken tijdens een pandemie.

Rotterdam zou Rotterdam niet zijn als we geen veerkracht zouden tonen. Dus gingen we op zoek gingen naar dingen die wél kunnen. Van de talloze voorbeelden van deze instelling, was de meest zichtbare waarschijnlijk het Eurovisie Songfestival. Nadat dit evenement in 2020 nog werd afgeblazen, was in 2021 niet de vraag óf het muzikfestijn doorging, maar hóe. Zo was Rotterdam een jaar later dan gepland toch nog de trotse host city en gingen beelden van de Rotterdamse iconen de hele wereld over. Ook in zeer afgeslankte vorm, gaf het Eurovisie Songfestival een flinke impuls aan de toerisme- en mediacijfers.

Datzelfde kan gezegd worden van de opening van het Depot Boijmans Van Beuningen. Het openbaar ontsluiten van de museumcollectie in een publiek toegankelijk depot gold als een wereldprimeur. Het unieke en gedurfde concept plaatste Museum Boijmans Van Beuningen aan de voorkant van een wereldwijde trend in de museale wereld, en Rotterdam als stad waar dit soort initiatieven worden bedacht én tot uitvoer gebracht. Bovendien zet het door architectenbureau MVRDV ontworpen gebouw Rotterdam op de kaart als stad van architectuur en innovatie.

Hoogtepunten als deze ten spijt was 2021 ook voor Rotterdam Partners opnieuw een uitdagend jaar. Corona was letterlijk nooit ver weg, en wierp voor het tweede jaar op rij een schaduw over al onze activiteiten, van toerisme en congressen tot handel en investeringen.

Zoeken naar wat wél kan, werd de rode draad van 2021.

We ondernamen digitale handelsmissies, ondersteunden en werkten nauw samen met onze partners, haalden bedrijven naar Rotterdam en gebruikten onze internationale blik voor een ander perspectief op lokale aangelegenheden. In het oog springende resultaten van deze aanpak zijn de hoge economische spin-off van de in 2021 bevestigde congressen, de vele expats die we hebben kunnen helpen en het enorme mediabereik – bijna vier maal zo hoog als verwacht. Het zijn resultaten die laten zien dat het loont om in moeilijke omstandigheden creatief en inventief te blijven, en op zoek te gaan naar nieuwe manieren. Het is de veerkracht waarop Rotterdam zich zo graag laat voorstaan.

ESF EN #SWINGALONG

Het Eurovisie Songfestival was in veel opzichten een hoogtepunt van 2021. Door de inreisbeperkingen, speelde de beleving zich grotendeels online af. De campagne Rotterdam #swingalong, om de bekendheid en zichtbaarheid van Rotterdam als host city te vergroten, speelde hierin met een bereik van bijna 300 miljoen een grote rol. De campagne was zichtbaar van 13 april tot en met 6 juni in Rotterdam en in duurzaam bereikbare buurlanden Frankrijk, Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk.

PERS & PR

We werken onverminderd aan een positief en onderscheidend imago van Rotterdam. Het mediabereik in 2021 was met ruim 3 miljard views, goed voor een mediawaarde van ruim 27 miljoen euro ongekend hoog, mede dankzij het Eurovisie Songfestival en de opening van Depot Boijmans Van Beuningen. Kers op de taart was de nominatie op de lijst van Time Out Best City Breaks in Europe for 2022, die ons bij veel toeristen op de radar zet voor het moment dat ze weer willen gaan reizen.

AGENDA VAN DE STAD

Als de pandemie ons iets leerde, dan is het wel dat een transitie naar een digitale, duurzame en circulaire economie urgenter is dan ooit. Als onderdeel van de regiegroep droeg Rotterdam Partners bij aan de herstel- en vernieuwingsagenda van de gemeente Rotterdam. Zo spraken we in het kader van ons Investor Relations programma ook dit jaar weer meer dan 200 bedrijven, namen we deel aan de Rotterdamse Hotel Combinatie en Platform Gastvrij, en hosten we zelf netwerkevents als het Red Carpet Dinner en de Partnerbijeenkomst.

IAB MICE

De International Advisory Board (IAB) bracht in 2021 een rapport uit met aanbevelingen over de toekomst van de MICE-industrie (Meetings, Incentives, Conferences en Exhibitions) in Rotterdam. Het rapport dient als lange termijn handelingsperspectief voor de stad om de positie als MICE-bestemming te versterken en is gezien de impact van de pandemie op de sector zeer relevanter. Centraal in het advies staan de waarde voor de klant en de stad, de verduurzaming van de branche en de inzet van technologische ontwikkelingen.

EXPO DUBAI

De Expo 2020 Dubai zou, zoals de naam impliceert, plaatsvinden in 2020, maar werd een jaar uitgesteld. Onder de zinspreuk "Uniting Water, Energy and Food" was dit een uitgelezen kans om Nederland en Rotterdam te positioneren en de relatie met Dubai te bestendigen. Samen met verschillende partners maakten we deel uit van de handelsmissie rondom de opening van de Expo in november.

LOBBY BEZOEKERSECONOMIE

Al langere tijd riepen we samen met veertien andere destiniemakingorganisaties (DMO's) de Tweede Kamer en het kabinet op om tot een Nationaal Toerisme-transitieplan te komen. Inmiddels heeft de lobby zich uitbetaald. Wij zijn ontzettend blij dat toerisme een volwaardige plek krijgt in het economisch beleid van het kabinet-Rutte IV. In 2022 blijven we samen met de andere DMO's participeren in het lobbytraject om te zorgen dat de woorden van het regeerakkoord worden omgezet in daden.

INNOCENT

Een toekomstig boegbeeld van duurzaamheid is de fabriek van sappenfabrikant Innocent, die in 2021 naar Rotterdam kwam. Met hun CO2 neutrale fabriek zijn ze tevens de eerste bewoner van de Rotterdam Food Hub op de hoek van het Calandkanaal en het Beerkanaal. Voor Innocent een belangrijke stap in hun streven om in 2025 CO2 neutraal te opereren; voor Rotterdam een mooi uithangbord van de duurzaamheidsagenda.

ROTTERDAM EXPERIENCE

Vanzelfsprekend ontvingen onze Rotterdam Tourist Information locaties op Rotterdam Centraal, de Coolsingel en in Hoek van Holland veel minder bezoekers dan we gewend zijn. We verhuisden binnen Hoek van Holland naar een strategischer locatie, waar we op de lange termijn meer bezoekers denken te trekken. Met de opening van het Port Pavilion, een samenwerking met Havenbedrijf Rotterdam, hebben we daarnaast een mooi extra infopunt, dat de haven naar de stad haalt. Ook zetten we info bikes in als mobiele informatiedesks, om alle bezoekers te bereiken die niet als vanzelfsprekend een bezoek brengen aan onze fysieke locaties.

VESTIGINGS- EN ONDERNEMERSKLIMAAT

Rotterdam is een dynamische stad die internationaal veel aantrekkingskracht uitoefent. Vanwege de schaarse ruimte voor vestiging en beschikbaarheid van talent, maken we strategische afwegingen in onze acquisitie. De focus ligt daarbij op bedrijven die bijdragen aan Rotterdams transitiedoelstellingen en actief zijn in sectoren als clean tech, Life Sciences & Health, energie, agrofood en transport & logistiek.

Bij het aantrekken van nieuwe vestigers, is het belangrijk dat ze de Rotterdamse waarden delen en iets brengen op gebieden die wij belangrijk vinden, zoals innovatie, digitalisering, duurzaamheid, circulariteit en inclusiviteit. De 37 buitenlandse investeringsprojecten waarbij Rotterdam Partners in 2021 in de lead was, zullen de komende drie jaar goed zijn voor ruim 300 miljoen euro. Bovendien creëren ze ruim 1800 banen in de regio Rotterdam.

Ruim de helft van de buitenlandse investeringen komt uit Azië. Gezien de strengere reisbeperkingen voor landen in die regio, is dat opvallend te noemen. Dit wordt deels verklaard doordat het een aanzienlijk aantal uitbreidingen betreft van bedrijven die hier reeds gevestigd waren. Daarbij passen ze veelal binnen onze strategische focussectoren als maritiem, high-tech en agrofood.

Rotterdam bleek ook dit jaar weer een aantrekkelijke vestigingsstad voor talent. Bij ons Rotterdam Expat Centre was het met bijna 2.800 bezoekers drukker dan ooit. De aantrekkingskracht van de stad op talent was voor het van origine Zwitserse bedrijf Swisscom reden om dit jaar het Rotterdamse kantoor uit te breiden.

Zwaartepunt op handelsgebied in 2021 waren de missies naar de Dubai Expo, die we samen met Innovation Quarter ondernamen. Onder leiding van burgemeester Aboutaleb, en met innovatieve bedrijven als Blue City en RotterZwam lieten we er zien wat Rotterdam te bieden heeft op het gebied van agri en horti.

Daarnaast staan we in constant contact met veel bedrijven in de regio om ze te ondersteunen bij hun internationale ambities. Zo organiseerden we globalisers om start- en scale-ups voor te bereiden op hun eerste stappen over de landsgrenzen en koppelden we Rotterdamse bedrijven aan relevante internationale contacten met trade lunches.



ROTTERDAM. MARITIME CAPITAL OF EUROPE

Het internationaal imago van het regionaal maritieme cluster is een belangrijk onderdeel van het vestigingsklimaat. De strategie op het gebied van internationale marketing en acquisitie is gericht op het verstevigen van het economisch en duurzaam profiel van het maritieme cluster, om de concurrentiekracht van Regio Rotterdam als vestigingsplaats voor maritiem gerelateerde internationale activiteiten en bedrijvigheid te versterken. Door de gezamenlijke inzet op internationale marketing campagnes wordt de aandacht gevestigd op de innovatieve maritieme technologie in Regio Rotterdam met focus op autonoom- en emissieloos varen.

Rotterdam. Maritime Capital of Europe is een samenwerkingsverband van initiatiefnemers Gemeente Rotterdam, Drechtsteden en Provincie Zuid-Holland, met Rotterdam Partners, Deal Drechtsteden, Havenbedrijf Rotterdam, InnovationQuarter en brancheverenigingen waaronder NML, NMT en RMSC.



INVESTMENTS IN ROTTERDAM

2021

46

FOREIGN DIRECT INVESTMENT
PROJECTS LANDED IN
ROTTERDAM

37

FOREIGN DIRECT INVESTMENT
PROJECTS LANDED IN
ROTTERDAM
with Rotterdam Partners in lead

1,842 JOBS

CREATED (DIRECT JOBS)
after 3 years

€ 305 MILLION

IN INVESTMENTS
after 3 years

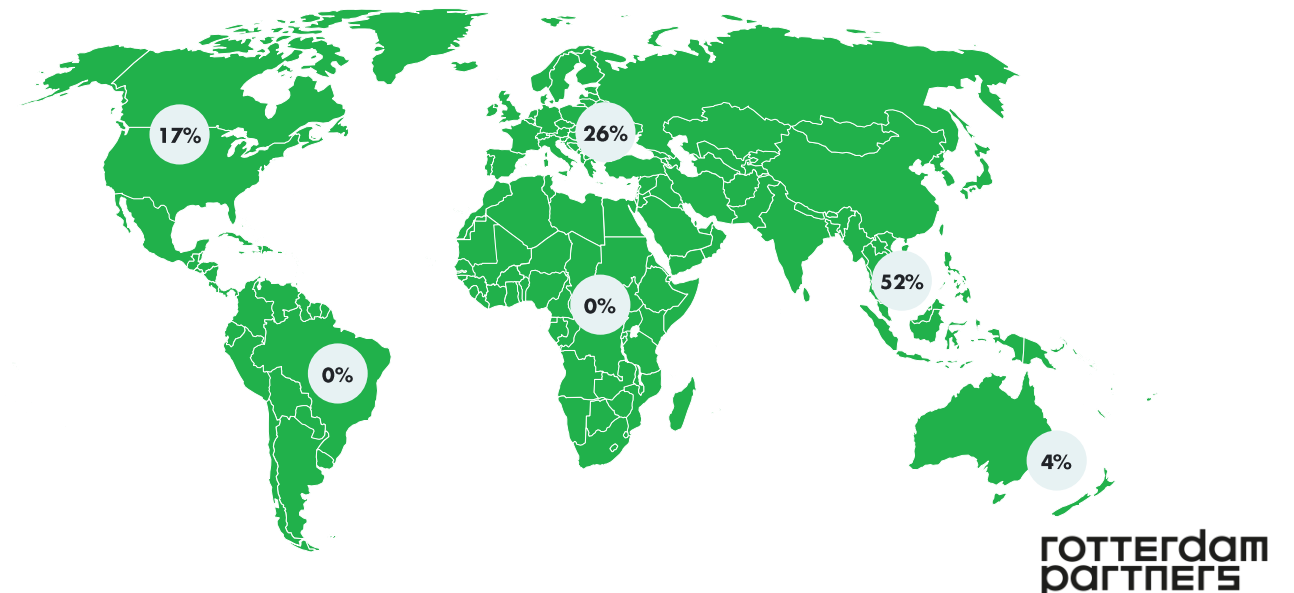
2,798 EXPATS

SERVICED BY THE
ROTTERDAM EXPAT CENTRE

FOREIGN DIRECT INVESTMENT PROJECTS PER SECTOR

HTSM & IT	24%
Chemical & Energy	18%
Consumer & Household goods	13%
Transportation & Logistics	11%
Agrofood	9%
Wholesale, retail & trading	9%
Business Services	7%
Life Sciences & Health	4%
NGO	4%
Packaging	2%

PLACE OF ORIGIN



DUURZAAM TOERISME

Het toerisme had wereldwijd zwaar te lijden onder de corona pandemie. Zo ook in Rotterdam. Zowel het aantal overnachtingen als het aantal hotelgasten kwamen maar net boven de helft uit van de aantallen in 2019. Toch zien we een stijgende lijn ten opzichte van het eerste coronajaar, vooral in de zomer en het najaar; de periode van versoepelingen. Over het hele jaar kwam het aantal hotelgasten 6,3% hoger uit dan in 2020 en het aantal hotelovernachtingen zelfs 14,3% hoger.

Het overgrote deel van de toeristen die Rotterdam in 2021 bezochten, was afkomstig uit Nederland en omliggende landen als Duitsland, België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk.

Het Eurovisie Songfestival zorgde voor een duidelijke piek in bezoekersaantallen in mei – zowel van leisure als zakelijke toerisme.

In de periode in 2021 dat er weer gereisd kon worden, lanceerde Rotterdam Partners de Dorist campagne. Met als doel de stad op een internationaal onderscheidende manier op de kaart te zetten bij potentiële bezoekers om zo het toerisme in Rotterdam weer op gang te krijgen en de bezoekerseconomie van de stad te herstellen en te versterken. Deze campagne is een uitwerking van onze lange termijn strategie om toeristen aan te trekken die qua mentaliteit bij Rotterdam passen, en zodoende wat aan de stad toevoegen.

Daarnaast zetten we in op samenwerking met nieuwe partijen in de reisindustrie die net als wij streven naar duurzaam toerisme. Voorbeelden zijn vervoerders zoals Eurostar en de fair boeking site Moonback. Met beide bedrijven organiseren we gezamenlijke activiteiten, zoals persreizen.

DE TOEKOMST VAN EVENEMENTEN

De beperkte mogelijkheden om zakelijke bezoekers naar de stad te trekken, zetten aan tot creativiteit en innovatie. Zo ontstond 'The Rotterdam Experiment'; een serie van digitale bijeenkomsten over de toekomst van de evenementen industrie. Voor en door experts uit de industrie werden innovatieve oplossingen verkend, getest en gedeeld met de industrie. Zo konden we ondanks de beperkingen, alsnog Rotterdam op de kaart zetten binnen deze voor ons belangrijke sector.



VISITORS IN ROTTERDAM

2021



677,000
HOTEL GUESTS

+6,3% compared to 2020

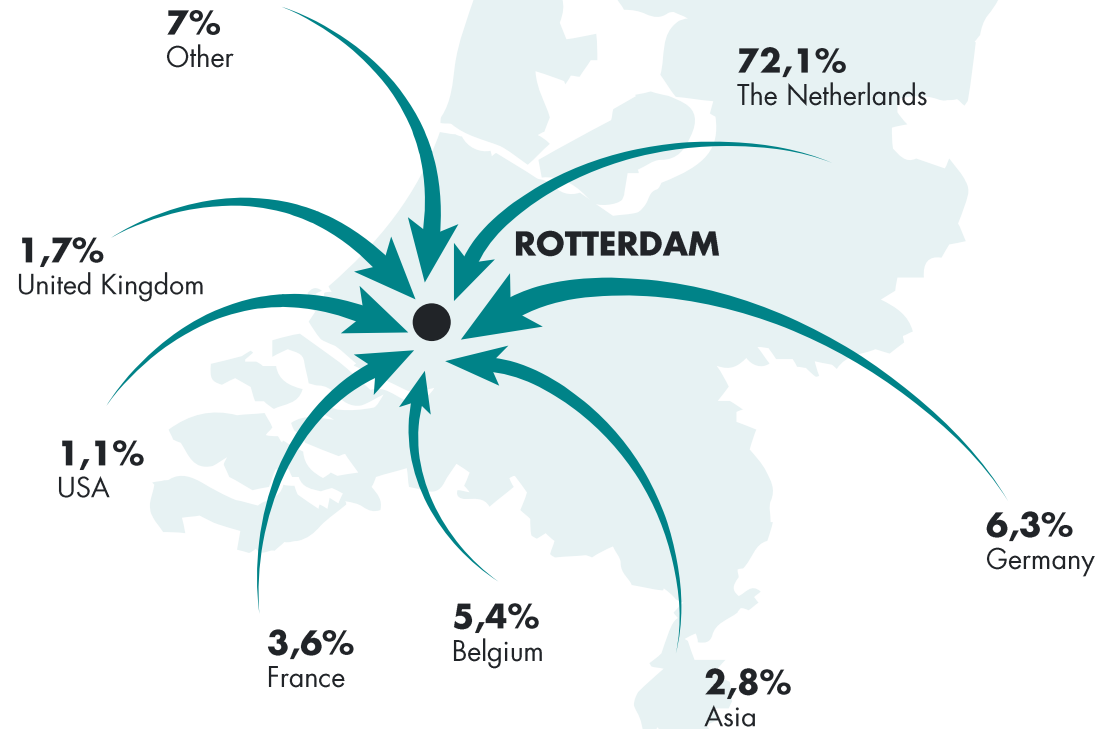


1,177,000
HOTEL NIGHTS

+14,3% compared to 2020

Source: CBS

PLACE OF ORIGIN of hotel guests



VISITOR SPENDING PER DAY PER TYPE OF VISITOR

€ 51
day visitor

€ 180
foreign tourist

€ 350
business visitor

€ 389
congress visitor

Source: NBTC, 2014 & 2018

CONGRESSES IN ROTTERDAM 2021

13

**CONGRESSES LANDED
IN ROTTERDAM**

in collaboration with
Rotterdam Partners

51,450

DELEGATE DAYS

€ 20,014,050

ECONOMIC VALUE

HIGHLIGHT

WORLD HYDROGEN 2022 SUMMIT & EXHIBITION

In a joint effort with the City of Rotterdam and the Port of Rotterdam, we brought World Hydrogen Summit to Rotterdam in 2020. Although this edition took place online as a result of Covid, it was considered successful, and the organization decided to commit to Rotterdam for multiple years, with 2022 being the first live edition. The WHS is a great proof point of Rotterdam's ambition of being the Hydrogen Hub of Northwest Europe.