

ITB steeds belangrijker voor Holland-promotie

15-03-2017 08:45

Van 7 t/m 11 maart vond de Toerisme vakbeurs ITB in Berlijn plaats. Met 63 Nederlandse deelnemers en een oppervlakte van 400 m2 was ons land prominent aanwezig. Er zit de laatste jaren weer groei in de Nederlandse deelname aan deze toonaangevende vakbeurs. Die groei loopt parallel aan de belangstelling van de Duitse toerist aan Nederland als vakantie-land.

Het Nederland paviljoen werd bevolkt door een bont gezelschap van allerlei verschillende organisaties en bedrijven. De regie was in handen van het NBTC. In 2016 kozen 4,6 miljoen Duitse toeristen voor Nederland als vakantie-land en de groeicijfers van onze Zuiderburen zijn bovengemiddeld. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="48552,48553"] Zie ook: [Interview met NBTC Duitsland directeur Anouk Susan op Duitslandnieuws.nl](#) Tijdens de ITB werden er ook enkele projecten gelanceerd die veel media aandacht trokken:

Europese partners die samenwerken in Van Gogh Europe presenteerden tijdens ITB een nieuw initiatief. Met **Route Van Gogh Europe** zetten ze samen het Europese erfgoed van de wereldvermaarde schilder Vincent van Gogh op de kaart. Internationale routes, een meertalige website en brochures laten bezoekers in de voetsporen van Van Gogh treden op zijn reis door Nederland, België en Frankrijk. Meer informatie: www.routevangogheurope.eu/nl/ De Nederlandse Hanzesteden presenteerden ook een nieuw initiatief; **de Hanzestedenlijn**. NBTC Holland Marketing zet hiermee samen met negen Hanzesteden in Gelderland en Overijssel de verhaallijn op de kaart voor internationale toeristen. De Hanzestedenlijn is onderdeel van het HollandCity-concept waarmee NBTC de komende jaren inzet op spreiding van het groeiend aantal internationale bezoekers. Zie ook: [Internationale focus Nederlandse Hanzesteden](#)



[caption id="attachment_48554" align="alignright" width="169"]

foto: Karel

Schuttevaer[/caption] **Ervaringen van een ondernemer** Een van de deelnemers was Karel Schuttevaer van

[Rederij Schuttevaer uit Utrecht](#). Hij nam deel aan de beurs in samenwerking met Utrechtse partners als het Centraal Museum, Toerisme Utrecht, de Jaarbeurs, Stayokay en een paar hotelketens, die actief zijn in Utrecht. Utrecht was daarmee goed vertegenwoordigd. Touroperator werden verleid om Utrecht te bezoeken vanwege MIFFY, de musea, een grachtenrondvaart of een stadswandeling. Karel blinkt tevreden terug op de beurs:

"In 2016 bezochten 260 touroperators Utrecht op uitnodiging van toerisme Utrecht en wij denken dat dit aantal gaat groeien door de vele nieuwe contacten die we gelegd hebben op de beurs Deze beurs was voor het Centraal museum/Nijntje museum de eerste keer en ze kregen hierdoor ook veel aandacht Rederij Schuttevaer en Toerisme Utrecht staan er in middels al vele jaren en bouwen zo de contacten uit en onderhouden de opgebouwde contacten met journalisten en touroperators Deze beurs is heel belangrijk voor ons om Utrecht aan de rest van de wereld te verkopen Veel aandacht kregen wij mede door Miffy en het overlijden van Dick Bruna van de Chinese markt, gelukkig hebben wij chinees-talige brochures en kunnen we de komende jaren vele chinezen toeristen in Utrecht verwachten. Het is mooi om te zien hoe Utrecht groeit qua toeristenaantallen, maar ook op zo`n beurs waar wij gezamenlijk de schouders er onderzetten om Utrecht een plek te geven op de toeristische wereldkaart Volgend jaar staan wij er allemaal weer en de eerste afspraken voor de beurs van 2018 zijn al weer gemaakt." **Meer informatie:** www.itb-berlin.dewww.nbtc.nl

Redactie