

# Hanzesteden willen toerisme managen in plaats van promoten

08-10-2019 15:05

2020-2025

# Perspectief Hanzesteden

Actie- en investeringsagenda

**HABEANT HANSAM SUAM**

Plan van een Hanzewerf aan de sluis

*De Hanzesteden zijn niet meer weg te denken als bestemming op de groeiende Nederlandse toerismekaart. Om de verwachte groei van 50% in internationaal toerisme in goede banen te leiden is een duidelijk integraal perspectief noodzakelijk.*

In plaats van bestemmingspromotie is het nu tijd voor bestemmingsmanagement. Perspectief Hanzesteden 2020-2025 heeft als ambitie dat iedere Hanzestedeling profiteert van toerisme: bewoners, bezoekers en bedrijven in de brede Hanzeregio.

Een jaar na de eerste Toerisme Top in Hanzestad Deventer hebben de gezamenlijke Hanzesteden de eerste regionale doorvertaling gemaakt van het gepresenteerde Perspectief Bestemming Nederland 2030. Het perspectief heeft een duidelijke boodschap: toerisme wordt niet ingezet als doel, maar als middel voor ontwikkeling in de Hanzesteden en het achterland. Iedere Hanzestedeling heeft in 2025 profijt van toerisme met de Hanzesteden als jaarrond 'cultureel erfgoed hotspot' waar de Hanzesteden met recht trots op zijn. Als leefgebied voor bewoners, als marktgebied voor bedrijven én als topbestemming voor toeristen, van binnen en buiten de grenzen.

## **Eeuwenoude samenwerking**

Met Perspectief Hanzesteden 2020-2025 wordt er invulling gegeven aan de gezamenlijke ambities van de negen Hanzesteden. Brandmanager Hanzesteden Marketing bij MarketingOost, Elizabeth Stoit: "We werken 24 jaar samen in ons toeristische samenwerkingsverband van Hanzesteden, maar eigenlijk is de samenwerking 800 jaar eerder ontstaan aan het begin van de Hanzetijd. Dat Hanze-DNA van samenwerken en pragmatisme zit er nog steeds in."

## **Hanzebeleving nationaal en internationaal vermarkten**

Tot 2016 lag de focus vooral op de nationale markt, inmiddels worden de steden ook internationaal gepromoot, waarbij de pijlen vooral gericht zijn op de Belgische en Duitse markt. Na twee jaar internationaal campagne voeren, is de toename van het aantal buitenlandse gasten en hotelovernachtingen duidelijk merkbaar. Alleen al de bestedingen aan verblijf in deze negen Hanzesteden groeiden van € 30,3 miljoen in 2016 naar € 44,3 miljoen in 2018. Nieuw is dat naast vermarkten er nu ook integraal gewerkt gaat worden aan aanbodontwikkeling en visitormanagement. De hiervoor noodzakelijke acties en investeringen komen samen in het Perspectief met actie- en investeringsagenda, te lezen via [www.hanzestedenmarketing.nl](http://www.hanzestedenmarketing.nl)

Het Perspectief Hanzesteden 2020-2025 is tot stand gekomen vanuit en in samenwerking met de Hanzesteden Deventer, Doesburg, Elburg, Harderwijk, Hasselt, Hattem, Kampen, Zutphen, Zwolle en hun marketingorganisaties, de provincies Gelderland en Overijssel, MarketingOost, Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen, Achterhoek Toerisme, NBTC Holland Marketing, ondernemers en overige Hanze betrokkenen. Dit perspectief is het resultaat van een uitvoerig co-creatieproces en het startpunt voor de gezamenlijke realisatie van de ambitie voor 2025.