



Gemeente  
Amsterdam



# Visie bezoekers- economie in Amsterdam 2035



# Visie bezoekerseconomie in Amsterdam 2035

Vele wegen leiden naar Amsterdam. Bezoekers vinden hun weg naar onze stad over de rijbaan, per bus of (deel)auto, over het water, heel vaak via de lucht, en in toenemende mate over het spoor. Net zo uiteenlopend als de mensen die ons bezoeken, zijn hun beweegredenen om hier te komen. Gezinnen uit Hoorn komen om te winkelen in de Kalverstraat. Zakenreizigers uit Azië, het Midden-Oosten of Amerika komen voor congressen. Familiebezoek komt over uit België of Marokko. En ook de zuipende vrijgezel uit Engeland weet onze stad te vinden. Maar de grote meerderheid van de bezoekers wordt aangetrokken door de vrijzinnigheid en vrijheid waar Amsterdam zo trots op is. Velen worden of zijn geraakt door de schoonheid van de stad, door onze prachtige musea, of door eerder opgedane connecties en vriendschappen.

## Onverminderd populair

In 2000 werd het record van vier miljoen bezoekers gebroken. *'Dit record-aantal laat zien dat de stad nog steeds een populaire bestemming is'*, stond destijds in een rapport van Onderzoek en Statistiek. De populariteit van de stad is de afgelopen jaren niet minder geworden. Met ruim 21 miljoen toeristische overnachtingen in 2019 is Amsterdam populairder dan ooit. Deze populariteit heeft haar weerslag op de stad, en daarmee ook op hoe we in Amsterdam wonen, leven en werken. *De Verordening op toerisme in balans Amsterdam* signaleert wat al veel langer voelbaar en merkbaar is, met name in de binnenstad: het is te druk. Te veel bezoekers op een te klein oppervlak leidt op zichzelf al tot onwenselijke situaties, en tot een te grote druk op de leefbaarheid en het karakter van de stad.

## Invloed op het dagelijks leven

Amsterdam staat hierin niet op zichzelf. In 2019 had ruim de helft van de wereldwijde toeristische bezoeken een Europese bestemming: Steden zoals Barcelona, Parijs, Florence en Praag kampen dan ook met vergelijkbare problemen als de onze. Het grote aantal bezoekers heeft onherroepelijk merkbare effecten op het leven in de stad. Op het soort werkgelegenheid dat de toeristische sector biedt, bijvoorbeeld. Op de manier waarop we ons door de stad bewegen. Op de plekken waar we graag komen of die we juist liever mijden: individuele bezoekers zijn er vaak maar kort, maar hun gezamenlijke invloed op het leven in de stad is blijvend. Dat dit tot schrille contrasten kan leiden, werd pijnlijk duidelijk tijdens de coronacrisis. De eens zo bomvolle straten waren uitgestorven. De lege grachten lieten ons zien dat een plek die te veel afhankelijk wordt van toeristisch bezoek, een ontheemd en haast desolaat aanzien krijgt. Maar met het beeld van onze verlaten grachten groeide ook de wens om het anders te gaan doen. Het anders doen betekent tegen de stroom ingaan. Trends wereldwijd voorspellen een verdere groei van de



toeristische sector de komende jaren, maar om onze stad leefbaar te houden willen wij begrenzing in plaats van groei. Het is geen eenvoudige opgave om dat voor elkaar te krijgen. Het vereist een gedeeld toekomstbeeld en scherpe maatregelen. De vele gesprekken hierover met bewoners en ondernemers maken duidelijk dat de bezoekerseconomie een onderwerp is met vele gezichten en dilemma's, maar ook vol goede invalshoeken en nieuwe ideeën. De uitdagende vraag is hoe we met elkaar kunnen komen tot een bezoekers-economie die kan bijdragen aan de stad, in plaats van een die er afbreuk aan doet. Dat is de stip op de horizon waar we met elkaar richting 2035 naar toe willen werken.

### **De keerzijde van groei**

Bezoekers zijn welkom. De culturele rijkdom, waaronder de musea en toonaangevende podia, de grachtengordel, maar ook het nachtleven in al haar diversiteit is iets dat we graag delen met bezoekers uit de hele wereld. Mede dankzij hen is Amsterdam de bruisende stad zoals we die nu kennen. Maar de ongeremde groei van de bezoekerseconomie heeft een keerzijde. Bezoekers verhogen de druk op de toch al overkookte woningmarkt. De stad en haar voorzieningen worden steeds duurder. De balans tussen toeristische drukte en een leefbare stad voor Amsterdammers is, met name in de binnenstad, compleet verstoord geraakt. Groepen toeristen die alleen maar naar de stad komen voor alcohol, seks en drugs veroorzaken **overlast**. En in brede zin is er sprake van **overtourisme** door de negatieve effecten van die vele miljoenen bezoekers. Overlast en overtourisme zijn signalen dat de grens bereikt is en dat de leefbaarheid in gevaar is. Bezoekers blijven welkom in onze stad maar dit mag niet meer ten koste gaan van de leefbaarheid en toegankelijkheid voor onze bewoners.

## **Verkeerd begrip van vrijheid**

Amsterdam is van oudsher een vrijplaats en een toevluchtsoord. Door de eeuwen heen hebben politieke en religieuze vluchtelingen hier een veilig onderkomen gevonden. Amsterdam is de stad waar nachtcultuur bruist en tegencultuur thuishoort. We zijn trots op deze vrijplaatsfunctie: vrijdenkers en paradijsvogels mogen zijn wie ze willen zijn in onze stad. Die vrijheid is echter de laatste jaren sterk vercommercialiseerd en onder druk komen te staan. Het internationale imago van Amsterdam als bestemming voor toeristen wordt nu gedomineerd door stereotype beelden over coffeeshops, sekstheaters, de ramen op de Wallen en een verkeerd begrepen idee over vrijheid als gebrek aan moraliteit. Sommige ondernemers misbruiken het imago van de stad om Amsterdam te verkopen als een plek van 'onbegrensde mogelijkheden'. Als gevolg hiervan verkeren groepen bezoekers in de veronderstelling dat Amsterdam een stad is waar alles kan en mag. We willen af van dit soort toerisme, dus pakken we ook het aanbod aan dat specifiek op deze groepen gericht is.

## **Wat Amsterdam wel vrij maakt**

Er bestaat een groot verschil tussen de jongen die voor het eerst als *drag* verkleed naar de binnenstad gaat, en de banale feesttoerist, gekleed in een tutu, die dat belachelijk komt maken. Vrij zijn kent een broze balans. Maar het betekent niet meteen 'doen en laten wat je wilt' Vrij voelen en denken leidt tot ontdekken en ontwikkelen. Groeien en groot worden. Creativiteit en ondernemen. Nieuwe samenwerkingen en perspectieven, nieuwe initiatieven en oplossingen. Vrijdenken leidt ook tot vernieuwing, lef om creativiteit toe te laten en ruimte om buiten de lijntjes te kleuren. Onze diversiteit aan ondernemers, culturele instellingen en nachtcultuur door de hele stad heen is daar een voorname uiting van. We willen af van commerciële partijen die in de toch al schaarse publieke ruimte in de binnenstad hun geld verdienen aan plat toeristisch vermaak: vermaak waarbij geen enkele rekening wordt gehouden met Amsterdammers die in de stad wonen, leven of werken. Dergelijk ondernemerschap is een uitholling van onze onderliggende waarden en ons idee over wat vrijheid daadwerkelijk inhoudt. Ook het publiek wat hierop afkomt, mag dit soort toeristische ervaringen elders gaan zoeken.

Een duurzame bezoekerseconomie die bijdraagt aan de stad vraagt om een andere manier van denken en handelen van ons allemaal. De stad is geen product om aan te verdienen, maar een ecosysteem om aan deel te nemen. Ondernemen gaat in onze visie niet primair om groot internationaal geld, maar om waarde voor de directe omgeving. Dat is de knip die we maken, wat ertoe leidt dat het ene soort ondernemerschap gewenst is, en het ander in toenemende mate een last voor de stad – en daarmee niet langer houdbaar.

## **Naar een duurzame bezoekerseconomie**

In deze visie begrenzen we groei, en schetsen we de transformatie naar een duurzame bezoekerseconomie. Dit doen we onder meer door te werken aan de verbetering van leefbaarheid, door overlast en overtoerisme tegen te gaan en



door te sturen op aantallen overnachtingen. We zetten in op de meerkernige stad, verantwoord ondernemerschap en samenwerking met de regio. Al langere tijd werken we als Amsterdam aan deze transformatie, maar vanaf nu maken we nog scherpere keuzes.

### **Terug binnen de grenzen van de leefbaarheid**

Om dit voor elkaar te krijgen, moeten we grenzen gaan stellen aan de groei van de Amsterdamse bezoekerseconomie. De binnenstad leert ons een aantal belangrijke lessen. De belangrijkste daarvan is dat groei, puur kwantitatief gezien, grenzen kent. Niet alleen in de binnenstad, maar in de hele stad. Er moeten dus simpelweg minder bezoekers naar Amsterdam komen. De binnenstad moet weer een plek worden waar meer Amsterdammers kunnen wonen. De balans tussen wonen, werken en leven moet worden hersteld. De woonfunctie is in bredere zin belangrijk voor de hele stad. Met de opgave om het aantal toeristenovernachtingen te verminderen, liggen er kansen in het stimuleren van transformatie en nieuwe woonvormen. Amsterdam wil een vrije en open stad zijn waar verschillende mensen zich thuis voelen en de fysieke én mentale ruimte krijgen om zich te ontwikkelen.

### **Verantwoorde verdienmodellen**

Vanuit deze visie werken we samen met ondernemers en branches die de meerwaarde zien van een bezoekerseconomie gebaseerd op verantwoorde verdienmodellen. We maken duidelijk onderscheid tussen gewenst aanbod binnen de bezoekerseconomie enerzijds, en ongewenste commerciële activiteiten die ten koste gaan van de stad anderzijds. Het toeristische aanbod in de stad bepaalt ook het type bezoekers dat Amsterdam aandoet. Deze visie richt zich daarom op zowel de vraagkant als de aanbodkant van de bezoekerseconomie.



## De bezoeker in de nieuwe bezoekerseconomie

In 2035 wordt Amsterdam nog altijd bezocht door respectvolle bezoekers uit alle windstreken. Het gezin uit Hoorn heeft wellicht een alternatief voor winkelen in de binnenstad gevonden in Amsterdam Noord. De zakelijke bezoeker blijft komen voor de congressector en vergadermogelijkheden rond de Zuidas, maar richt ook zijn blik op nieuwe aansprekende locaties zoals Amstel III of Sloterdijk-Centrum. De backpacker ontdekt ook spannende en bruisende plekken buiten de ring. De overlast gevende vrijgezellenfeesten zijn al langere tijd uit het straatbeeld verdwenen. We zien hier en daar een schoolklas op excursie door de stad. Grote groepen bezoekers – die zich gedwee achter een reisleider aan bewegen of de openbare weg blokkeren voor een groepsfoto – zien we steeds minder. We richten ons nadrukkelijk op de bezoeker die komt voor het unieke historische en culturele karakter van Amsterdam. De bezoeker die respect heeft voor de stad en haar bewoners.

### Maatschappelijk verantwoord en duurzaam toerisme

Om tot dit toekomstbeeld te komen, grijpen we nu in. Voor het aanbod dat grote groepen bezoekers faciliteert om naar de stad te komen, is steeds minder plek. Om het overtoerisme te beteugelen maken we geen onderscheid tussen georganiseerde groepsreizen, cruisevrijgezellen die in groepen de stad in trekken of een touringcar of flixbus, die ladingen bezoekers in onze binnenstad dropt. Van al deze aanbieders zijn er in 2035 een stuk minder. Dit betekent niet dat er geen schoolklassen of plukjes congresbezoekers in het straatbeeld te zien zijn. We gaan wel met de reisbranche in gesprek om particuliere groepsboekingen aan banden te leggen. We sturen daarbij op het verminderen en verplaatsen van het aantal touringcars, cruises en andersoortig faciliterend aanbod in de stad en gaan hierover in gesprek met de regio. Daarnaast pakken we overlast gevende vrijgezellenfeest- en zuiptoeristen in de binnenstad verder aan. Dit geldt ook voor marktpartijen en ondernemers die op deze doelgroepen inspelen, zoals sekstheaters, toeristische horeca en touroperators gericht op verdienmodellen die ten koste gaan van de leefbaarheid in de binnenstad. Voor afbraaktoerisme is geen plek meer. Binnen Europa maken budgetvluchten in toenemende mate plaats voor internationaal treinverkeer. Reizigers arriveren en vertrekken per trein op Station Amsterdam Zuid. Samen met marktpartijen in de gastvrijheidssector verkennen we de mogelijkheden om te komen tot een convenant gericht op constructieve en maatschappelijk verantwoorde vormen van toerisme – met een bijbehorend aanbod.

### Imago versus identiteit

Wat willen wij zijn als stad? En hoe zien mensen dat in het buitenland? Die beelden komen op dit moment niet overeen. Dit bijstellen vergt veel tijd. Het verder uitwerken en uitdragen van een reëel en aansprekend beeld staat de komende jaren dan ook centraal. De ontwikkeling van een vernieuwd verhaal en de viering van Amsterdam 750 jaar in 2025, bieden een uitgelezen kans om met elkaar het verhaal van Amsterdam internationaal uit te dragen.



## **B** Aanbod dat bijdraagt aan de stad

Het soort bezoeker dat Amsterdam bezoekt, is sterk afhankelijk van het toeristische en culturele aanbod in de stad. Imagocampagnes om een type bezoeker naar Amsterdam te trekken, werken niet op zichzelf, maar gaan hand in hand met wat we als stad te bieden hebben. We maken daarom duidelijk onderscheid tussen welk toeristisch aanbod we wel en niet willen. Dit wordt natuurlijk al langer gedaan. Denk aan de aanpak van toeristenwinkels, de strenge voorwaarden voor vakantieverblijf en een hotelstop voor veel gebieden in de stad. Ook de bierfiets is met succes uit het straatbeeld verdwenen. Maar we moeten nog meer. Als we daadwerkelijk willen sturen op het aantal slaapplekken voor bezoekers, dan moeten we voorkomen dat er nog meer overnachtingsplekken voor bezoekers bijkomen, en dat er meer woonruimte komt voor Amsterdammers om in de stad te wonen. Als we van de dronken feesttoerist af willen die overlast veroorzaakt op de wallen dan moeten we wat doen aan het aanbod gericht op plat toeristisch vermaak. De stad is er voor iedereen, maar in de eerste plaats voor de Amsterdammer, en die moet zich er thuis voelen.

Tegelijkertijd willen we ruimte bieden aan ondernemers die zien dat succesvol ondernemen in onze stad betekent dat je niet alleen je geld verdient maar ook waarde toevoegt voor de stad, de buurt en de bewoners. We ondersteunen ondernemers die in hun bedrijfsvoering actief bijdragen aan het vergroten van de leefbaarheid, de winkeldiversiteit en buurtidentiteit. Deze verandering is met de Aanpak Binnenstad al in gang gezet. We koesteren en steunen authentiek Amsterdams ondernemerschap en zorgen ervoor dat dit niet verdrongen wordt.

### **Toerisme gaat over de hele stad**

Overtoerisme is niet alleen een binnenstadprobleem. In sommige delen van het centrum kun je de vogeltjes horen fluiten, terwijl in delen van het Vondelpark



en de Pijp Amsterdammers in toenemende mate gebukt gaan onder het lawaai van rolkoffertjes, straatvervuiling en wietwalmen. Ook in delen van Oost en West dreigt de toeristische draagkracht verder te verslechteren. Vanwege overtoerisme hebben we capaciteit op handhaving en schoon opgeschaald in centrum. Tegelijkertijd zijn er ook uitdagingen in andere delen van de stad als het gaat om handhaving en het schoonhouden van de openbare ruimte. Daartegenover staat dat banen in de gastvrijheidssector kunnen bijdragen aan de leefbaarheid en werkgelegenheid in bijvoorbeeld Zuidoost of Nieuw-West. De bezoekerseconomie zorgt ervoor dat studenten met een horecabaantje hun huur kunnen betalen. Pas afgestudeerde mbo-hotelschool studenten kunnen werken aan hun carrière in het Amsterdamse hotelwezen. Maar we moeten wel kritisch zijn op het soort banen dat de bezoekerseconomie de stad biedt. Er zijn nu teveel flexibele en tijdelijke banen zonder perspectief of bestaanszekerheid.

### **Kansen in de meerkernige stad**

Problemen en oplossingen van de bezoekerseconomie beperken zich niet tot de binnenstad. Veel oplossingen voor het toeristische drukteprobleem bevinden zich met name buiten het centrum. Bezoekers nemen steeds vaker een kijkje in andere wijken. En dit biedt kansen om de leefbaarheid in de hele stad te verbeteren. In een meerkernige stad kan de bezoekerseconomie in nieuwe stadskernen bijdragen aan een betere werkgelegenheid, bereikbaarheid en een goed voorzieningenniveau. De basis ligt er al en is volop in ontwikkeling. Neem bijvoorbeeld de ArenApoort, waar de grote artiesten een internationaal publiek trekken, maar waar ook ondernemers bijdragen aan een

levendige nieuwe stadswijk. Iets verderop in de Amsterdamse Poort werken we aan de ontwikkeling van diverse nieuwe culturele voorzieningen, onder andere op het gebied van hiphop en beeldende kunst. Ook de ontwikkeling van de Zuidas, waar in de toekomst alle internationale treinen arriveren en vertrekken – en waar onder andere een nieuw museum voor moderne kunst zal openen, heeft een groeiende aantrekkingskracht op bezoekers. Met de komst van de nieuwe Meervaart krijgt Nieuw-West een culturele trekpleister voor Amsterdammers én (inter)nationale bezoekers. Het Osdorpplein zal zich de komende jaren verder ontwikkelen als stadscentrum met een diversiteit aan voorzieningen. Zo komt er ook een Verhalenhuis – een nieuw kunst- en cultuurcentrum voor Nieuw-West – aantrekkelijk voor iedereen uit het stadsdeel, uit de stad, maar ook voor bezoekers van ver daarbuiten. We werken ook aan een nieuw cultureel cluster (met o.a. film, theater en nachtcultuur) op en rond het Buikslotermeerplein en in Sloterdijk-Centrum is nog volop de ruimte om nieuwe voorzieningen op (nacht)cultuur te realiseren. Ook deze delen van de stad zullen aantrekkelijker worden voor Amsterdammers én bezoekers.

Al deze plekken zullen, sneller dan we misschien voor mogelijk houden, levendige stadskernen gaan vormen. Vanuit deze overtuiging willen we in gesprek met toeristische attracties om hun activiteiten te verplaatsen naar nieuwe stadskernen. Op die manier spreiden we bezoekers beter over de stad. En daarmee positioneren we de hele stad duidelijker en scherper regionaal, nationaal en internationaal. We ontwikkelen slimme, data gedreven interventies waarmee de bezoeker de meerkernige stad nog beter kan ontdekken.

### **Amsterdam als toegangspoort naar de regio**

Die stadskernen zien we ook buiten Amsterdam. We werken daarom nog nauwer samen met de regio om zo het al bestaande onderscheidende aanbod in cultuur, erfgoed en natuur in de metropoolregio Amsterdam nog beter onder de aandacht te brengen bij onze bezoekers. Vanwege onze hoofdstadfunctie zijn veel (inter)nationale culturele iconen gevestigd in Amsterdam. Maar ook in de steden en regio's om ons heen is een uniek cultureel aanbod wat we nog beter willen ontsluiten voor onze bezoekers, zoals het Hem in Zaanstad, het Cobramuseum in Amstelveen of museum M. in Almere. We zetten hierbij ook in op goede bereikbaarheid van deze plekken met het openbaar vervoer. Op die manier is Amsterdam een toegangspoort naar plekken in de regio en daarbuiten.

### **Samenwerking met de sector**

Een duurzame bezoekerseconomie is van groot belang voor een toekomstbestendige stad en metropool. Om dit te realiseren, werken we nauw samen met bondgenoten in de toerismesector aan een gezond evenwicht en een leefbare stad. We hebben pioniers uit de sector zelf nodig die durven te experimenteren en koplopers die laten zien dat verantwoorde groei en maatschappelijk rendement hand in hand kunnen gaan. Zo werken we met vastgoedondernemers aan een duurzaam herstel van de binnenstad.

Amsterdammers en Amsterdamse ondernemers hebben de kracht om deze verandering concreet vorm te geven. Nu al zien we voorbeelden van creatief en duurzaam ondernemerschap waarbij het mes aan twee kanten snijdt: de geboden producten of activiteiten zijn aantrekkelijk voor toeristen maar leveren ook een bijdrage aan de stad en de voorzieningen voor de Amsterdammers zelf.

### **Amsterdam blijft een aantrekkelijke stad**

Vanuit de hierboven geschetste visie op toerisme werken we aan een toekomstbestendige bezoekerseconomie en een leefbare stad. Maar er zijn ook krachten waar we nauwelijks vat op hebben. De verwachte groei van de middenklasse in verschillende delen van de wereld gaat gepaard met een wereldwijde groei van toerisme en Amsterdam is en blijft een onverminderd populaire reisbestemming. We beleven de paradox van een aantrekkelijke stad. Hoe mooier wij de stad maken, des te aantrekkelijker de stad wordt, om in te wonen of te werken – of om de stad te bezoeken. Autoluwe straten met verbrede stoepen zijn prettig voor bewoners maar bieden ook ruimte voor dagjesmensen of rolkoffertjes. Als we de diversiteit van winkels in winkelstraten verbeteren voor Amsterdammers, vermelden de internationale reisgidsen waarschijnlijk al snel een '*authentic local shopping experience*'. Veranderingen die positief zijn voor Amsterdammers trekken ook nieuwe bezoekers aan die de stad om haar leefbaarheid, schoonheid en diversiteit waarderen.

Laten we daarom erkennen dat de stad altijd druk en levendig zal blijven, en tegelijkertijd ons met elkaar blijven inzetten voor een leefbare stad. Ook wij als Amsterdammers willen genieten van de vele voorzieningen en de schoonheid die onze stad te bieden heeft. We bezoeken graag een museum, festival of theater, gaan naar de bioscoop, shoppen in een winkelstraat, genieten van een nieuw restaurant en stappen op de fiets, de tram of de metro om een nieuwe buurt te ontdekken. Bewoners, ondernemers en bezoekers zijn geen tegenpolen. De stad is er voor iedereen. Wij dragen gezamenlijk de verantwoordelijkheid voor **de hele stad**.

