



**NBTC**

Nederlands Bureau  
voor Toerisme &  
Congressen

# Supporting communities, Shaping destinations

12 September 2025

**Thijs de Groot**  
Netherlands Board of  
Tourism &  
Conventions



Let's keep  
the world  
travelling  
without  
destroying it

18 aug 14:49

## 'Onze beschaving gaat aan toerisme ten onder'

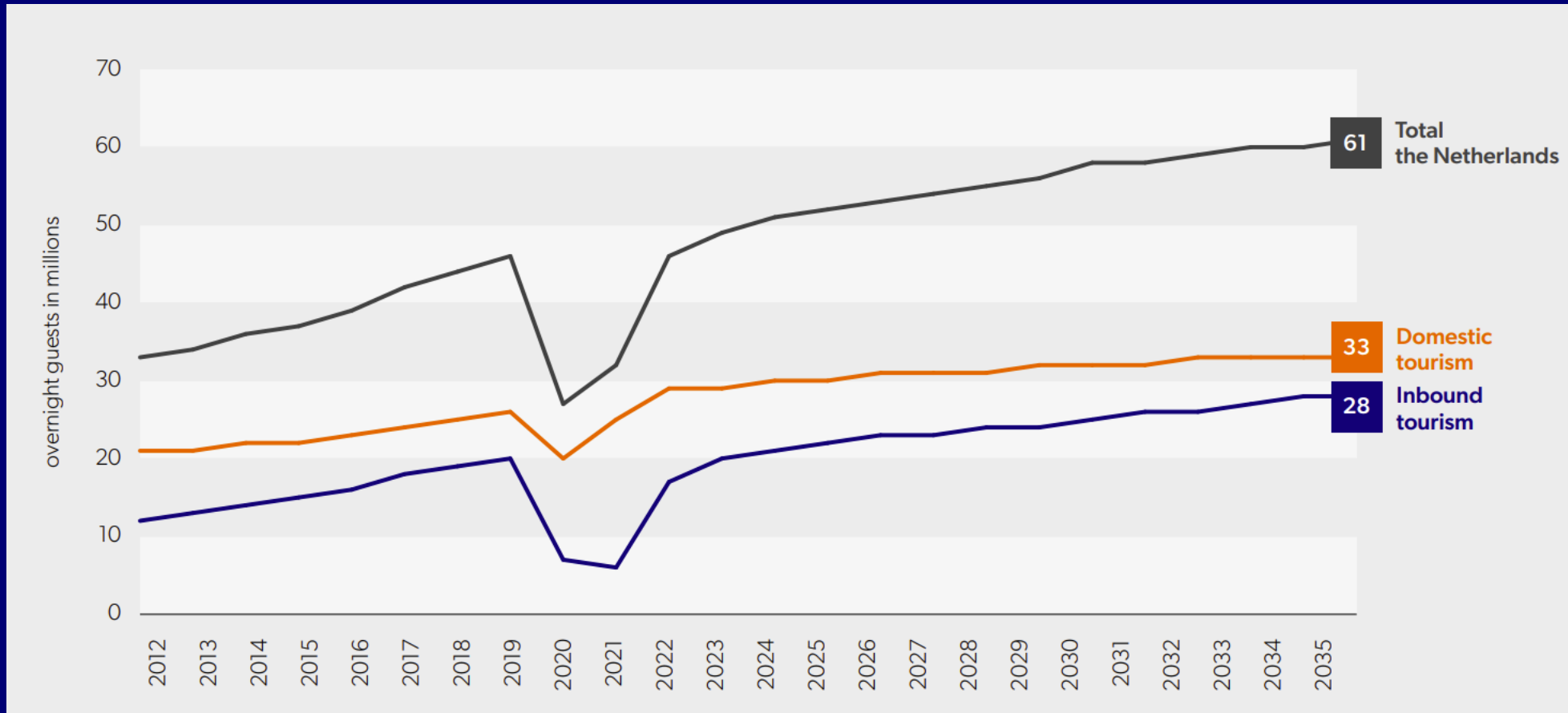


Enrique Rey

Toerisme leidt tot steeds meer milieuschade, woningnood en sociale spanningen. Sommige toeristen proberen weg te blijven van het massatoerisme, maar het systeem erachter blijft intact en kapselt de kritische reiziger in. Hoe ga je op vakantie zonder deel te worden van het probleem?



# Overnight visitors in the Netherlands by source market (in millions)



**Forecast 2035: 12 million more visitors**



# This is NBTC.



Renenerate relevant  
data and insights



Create a strong  
profile for  
destination  
The Netherlands



Facilitate and  
support regions  
and cities in their  
sustainable  
development



Attract and guide  
visitors who  
add value



**In 2030  
every Dutch resident  
benefits  
from tourism**

2030  
**Perspective**

Destination  
the Netherlands

A new vision for destination the Netherlands  
to benefit all Dutch people



**In 2030  
every Dutch resident  
benefits  
from tourism**

**Tourism as a  
means  
to various  
ends**

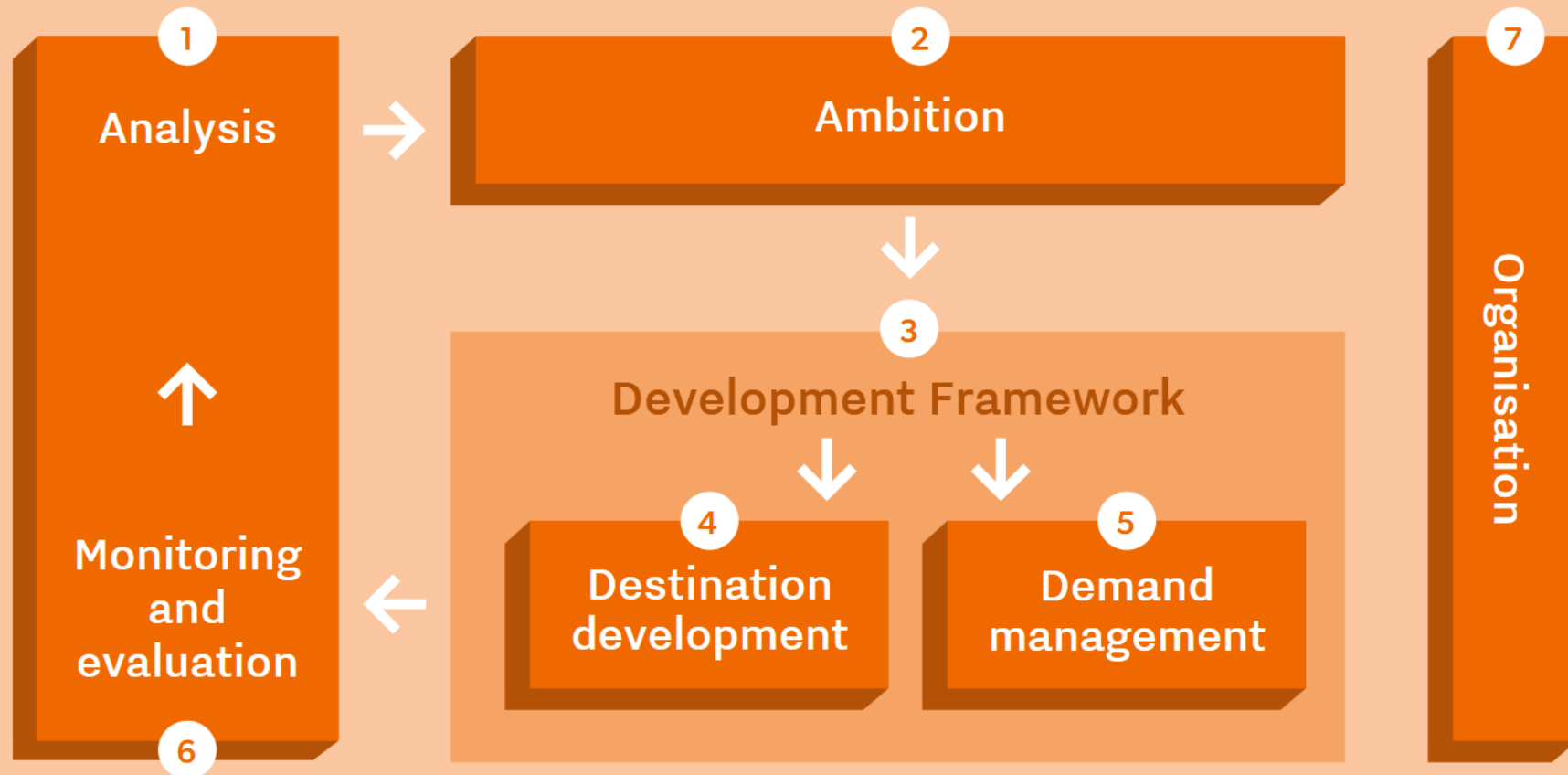
**Destination  
Management**

**Shared  
interest**





# Destination Management





# Ends for tourism to contribute to

Local amenities

Mobility

Loneliness

Employment opportunities

Historic landmarks

Space for recreation

...







# TACOS



tacos ..... €  
vegan pastor, mushroom, mole

tacos + drink ..... €

drink ..... €  
mexican



Increasing  
tourism's positive  
impact on our  
communities.





# Impactmonitor Toerisme

De landelijke visie [Perspectief 2030](#) gaat over de duurzame ontwikkeling van de bestemming Nederland. Het doel van deze visie is het toekomstbestendig ontwikkelen van de bestemming Nederland, als geliefde, waardevolle en leefbare bestemming.

Het dashboard Impactmonitor Toerisme geeft inzicht in de duurzame ontwikkeling van toerisme in Nederland, door de bredere impact van toerisme te monitoren op de drie dimensies van impact: economische, sociaal – maatschappelijke en de ecologische impact.

Ben je op zoek naar cijfermatige onderbouwing bij een duurzame aanpak van toerisme? Of naar een monitoring tool voor jouw bestemming? Dan biedt dit dashboard bruikbare data en indicatoren.

↓ [Bekijk hier het dashboard](#)

## Impact van toerisme op Nederland



Hollandse Hoogte / ANP Foto ©

### Economische impact

De economische impact van toerisme omvat de bijdragen aan de Nederlandse economie, zoals het creëren van werkgelegenheid.

**Je vindt hier informatie over:**

- [Werkgelegenheid](#)
- [Economisch belang](#)
- [Toeristische bedrijven](#)



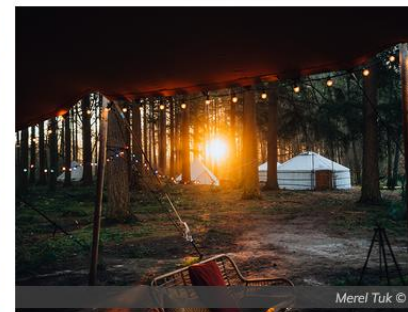
Iris van den broek ©

### Sociaal-maatschappelijke impact

De sociaal-maatschappelijke impact van toerisme gaat over de manier waarop toerisme de kwaliteit van leven van inwoners beïnvloedt.

**Je vindt hier informatie over:**

- [Toeristische druk](#)
- [Voorzieningen](#)
- [Werkgelegenheid](#)
- [Brede welvaart](#)



Merel Tuk ©

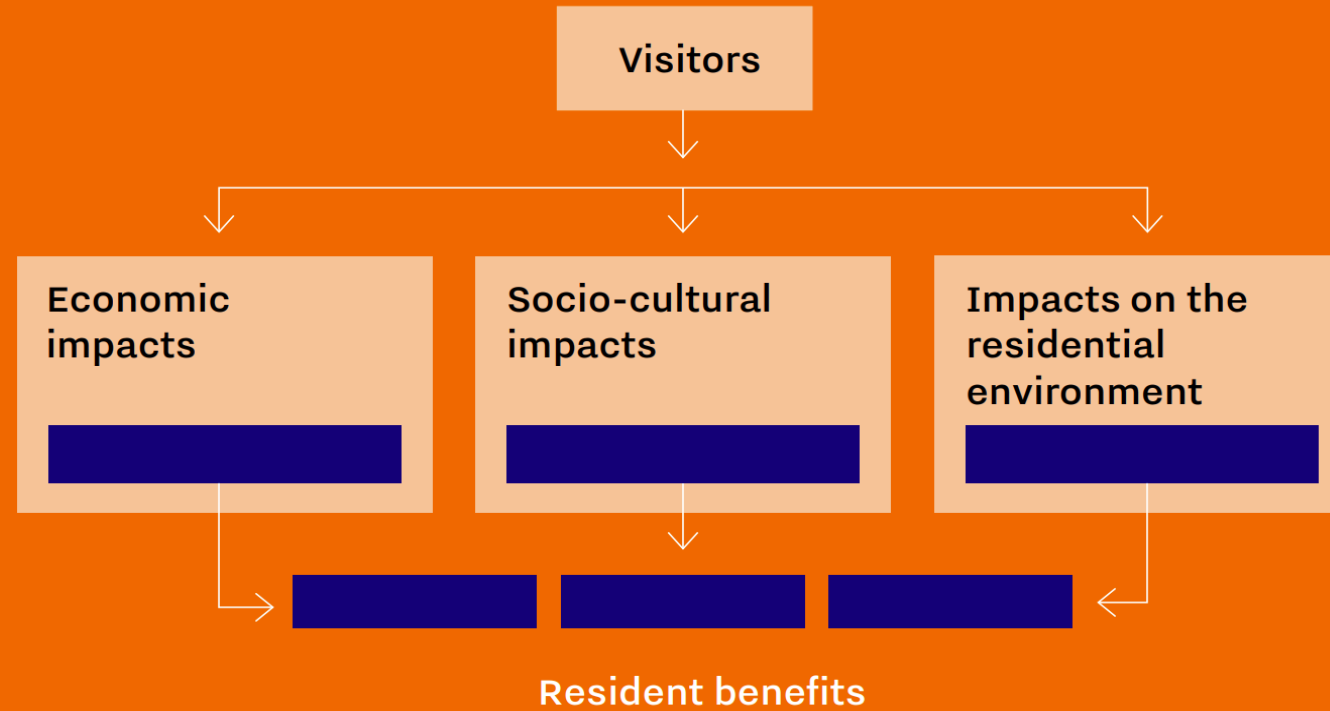
### Ecologische impact

De ecologische impact verwijst naar de effecten die toeristische activiteiten hebben op het milieu, zoals de CO2-impact.

**Je vindt hier informatie over:**

- [Impact van transport en accommodaties](#)
- [Duurzaam aanbod logiesaccommodaties](#)
- [CO2-emissies](#)





The part of the impact that is positive for residents

- Actual and/or perceived?
- Individual and/or collective?
- Conscious/subconscious?



## Methodenoverzicht

↓ Klik op de titel van de methode om direct naar de paragraaf te gaan.

Selectie criterium	Vragenlijst-onderzoek	Interview	Focusgroep	Foto-elicatie	Participatory mapping	Kunstgebaseerd onderzoek	Online dialoog	SoMe monitoring & social listening
Type data	Kwantitatief Met mogelijkheid voor kwalitatieve aanvullingen door middel van open vragen.	Kwalitatief Nadruk op persoonlijke ervaringen en meningen. Non-verbale signalen kunnen belangrijk zijn.	Kwalitatief Afhankelijk van opzet, nadruk op persoonlijke ervaringen en meningen of groepsinteracties. Non-verbale signalen en dynamiek kunnen belangrijk zijn.				Kwalitatief Nadruk op persoonlijke ervaringen/ meningen. Niet mogelijk non-verbale signalen op te pikken. Andere dynamiek t.o.v. fysieke methoden.	Kwalitatief en kwantitatief
Representatieve inzichten in hoe de inwoners aankijken tegen toerisme	● ● ● ● ●	● ●	● ●	●	●	●	●	●
Detailniveau resultaten	● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ●	● ●
Complexiteit	● ● ●	● ● ● ●	● ● ●	● ●	● ●	● ●	● ● ●	● ●
Begrijpelijke resultaten	● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ● ● ●	● ●
Snelheid/beschikbaarheid	● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ●	● ● ● ●
Kosten voor de uitvoering van de methode	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	●
Inspanning respondenten	● ● ● ●	● ● ●	● ●	●	● ●	●	● ● ●	● ● ● ● ●
Afhankelijkheid van andere partijen om onderzoek uit te voeren	● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ●	● ● ● ●	●
Privacy	● ● ● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ●	● ●
Mogelijkheid tot real-time monitoring	● ● ● ●	● ●	●	●	● ●	●	● ●	● ● ● ● ●
Mogelijkheid tot benchmark	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ●	● ●	●	● ● ● ●	● ● ●
Mogelijkheid tot het meten van de verschillende impacts	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Meet de bewuste impact	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Meet de onbewuste impact	● ●	● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ●	● ●
Meet het collectieve profijt	● ● ● ● ●	● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ●	● ● ● ● ●	●
Meet het individuele profijt	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ●



Nederland  
meten  
profijs

## Key insights 1/2

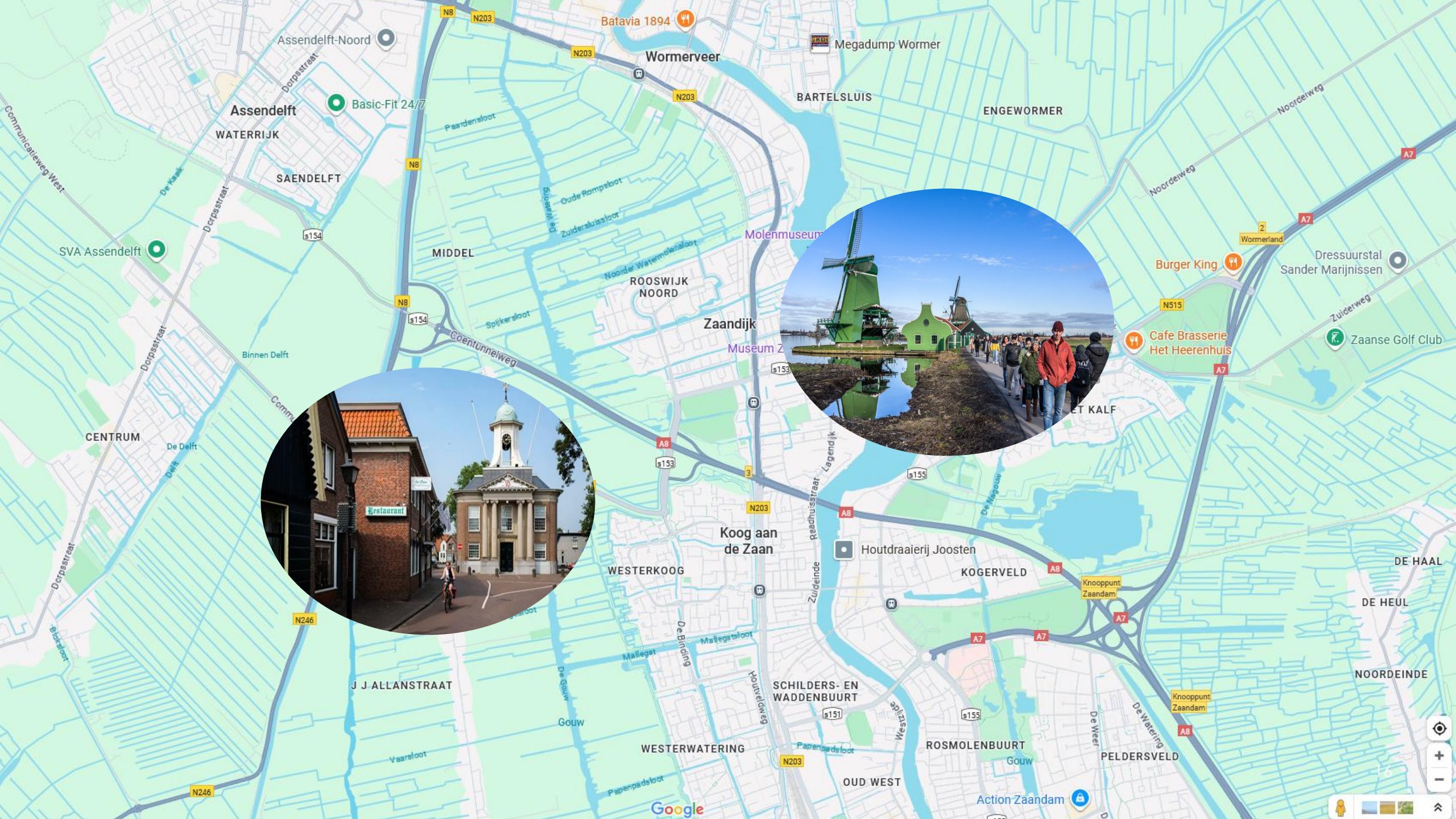
- Perspective matters
- Impact is personal
- *The resident does not exist*

























# Het water over in Zeeland

(Voormalige) locaties van Zeeuwse fietsponten en voetgangerspontjes

-  Fietsponten, verdwenen sinds begin 2024
-  Fietsponten, erbij gekomen sinds begin 2024
-  Actieve fietsponten
-  Voetgangerspontjes, zelfbediening





## Key insights 2/2

- It's not automatic.
- Different goals require different metrics.
- Broad impact of travel hard to measure.









Revenue distribution  
Tourism concessions  
Community enterprises  
Microfinancing  
Targeted taxation  
Permits and regulations  
Ethical supply chain  
Local products  
Business incubation  
Skills training  
Tax incentives  
Public accessibility  
Mixed-use (functional integration)  
Government subsidies  
Volunteering  
Regenerative infrastructure development  
Storytelling  
Certification labels/brands  
Social tourism initiatives  
Variable pricing and discount schemes  
Tourism product development

# CREATING EQUITABLE DESTINATIONS

How to manage and distribute tourism's value to better serve communities



Revenue distribution  
Tourism concessions  
Community enterprises  
Microfinancing  
Targeted taxation  
Permits and regulations  
Ethical supply chain  
**Local products**  
Business incubation  
Skills training  
Tax incentives  
Public accessibility  
Mixed-use (functional integration)  
Government subsidies  
**Volunteering**  
Regenerative infrastructure development  
Storytelling  
Certification labels/brands  
Social tourism initiatives  
Variable pricing and discount schemes  
Tourism product development



Ontdek onze favoriete lokale smaken.


## The U Bar, your place to be.

Gelegen in het hart van Westblaak, pal naast het iconische Cinerama, vind je The Usual.

Wij serveren het beste van de Rotterdamse keuken door seizoensgebonden, plantaardige en lokaal geproduceerde gerechten uit de hele regio samen te brengen. Geen reservering nodig.

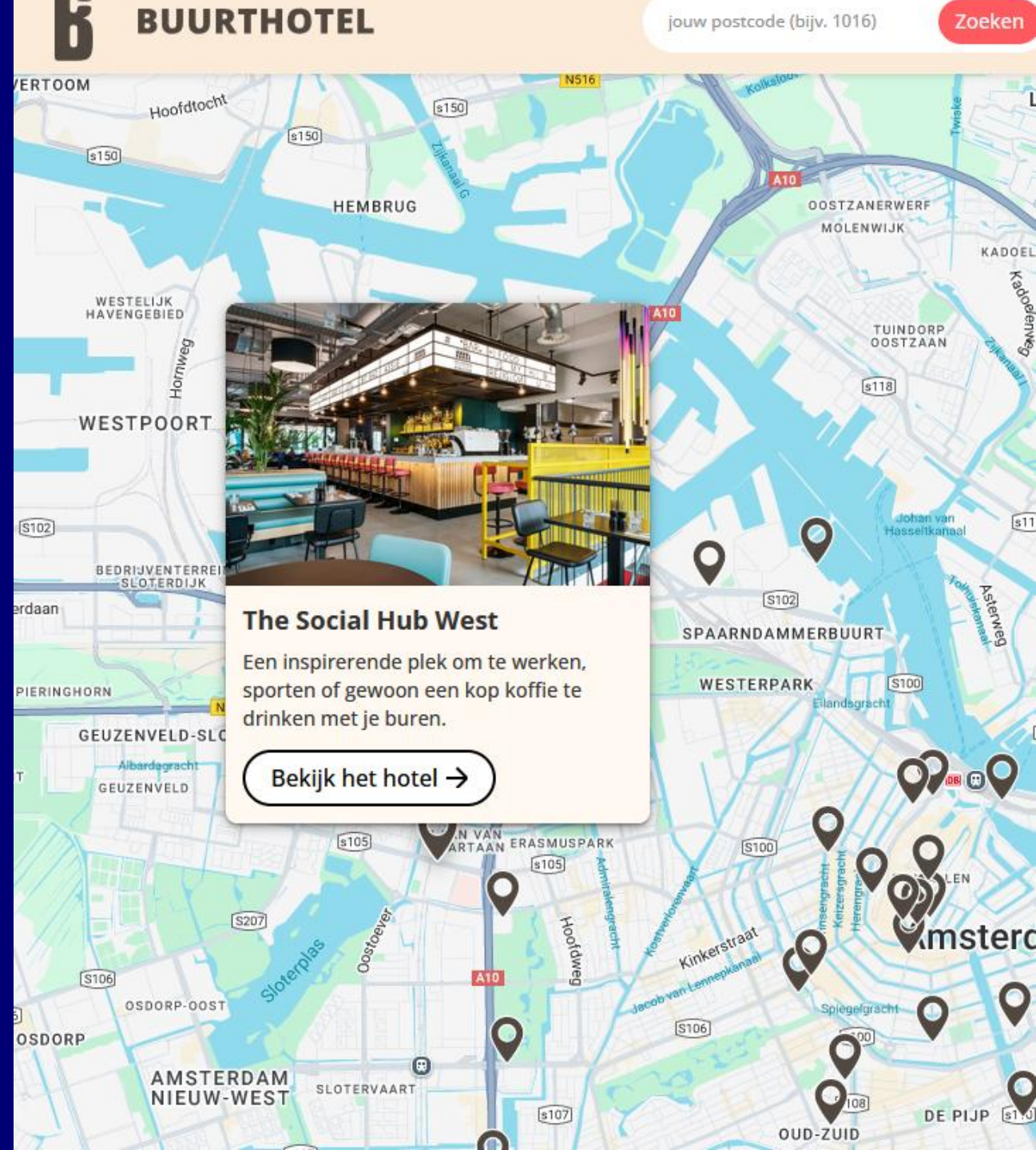
Of je nu 's ochtends langskomt voor een latte of 's avonds voor een laatste toast, er is altijd iets passends voor iedereen.

Ons menu





Revenue distribution  
Tourism concessions  
Community enterprises  
Microfinancing  
Targeted taxation  
Permits and regulations  
Ethical supply chain  
Local products  
Business incubation  
Skills training  
Tax incentives  
Public accessibility  
**Mixed-use (functional integration)**  
Government subsidies  
Volunteering  
Regenerative infrastructure development  
Storytelling  
Certification labels/brands  
Social tourism initiatives  
Variable pricing and discount schemes  
Tourism product development





Revenue distribution  
Tourism concessions  
Community enterprises  
Microfinancing  
Targeted taxation  
Permits and regulations  
Ethical supply chain  
Local products  
Business incubation  
Skills training  
Tax incentives  
Public accessibility  
Mixed-use (functional integration)  
Government subsidies  
Volunteering  
Regenerative infrastructure development  
**Storytelling**  
Certification labels/brands  
Social tourism initiatives  
Variable pricing and discount schemes  
Tourism product development





Revenue distribution  
Tourism concessions  
Community enterprises  
Microfinancing  
Targeted taxation  
Permits and regulations  
Ethical supply chain  
Local products  
Business incubation  
Skills training  
Tax incentives  
Public accessibility  
Mixed-use (functional integration)  
Government subsidies  
Volunteering  
Regenerative infrastructure development  
Storytelling  
Certification labels/brands  
**Social tourism initiatives**  
Variable pricing and discount schemes  
Tourism product development

**Some of them  
are homeless.  
Can you see who?**

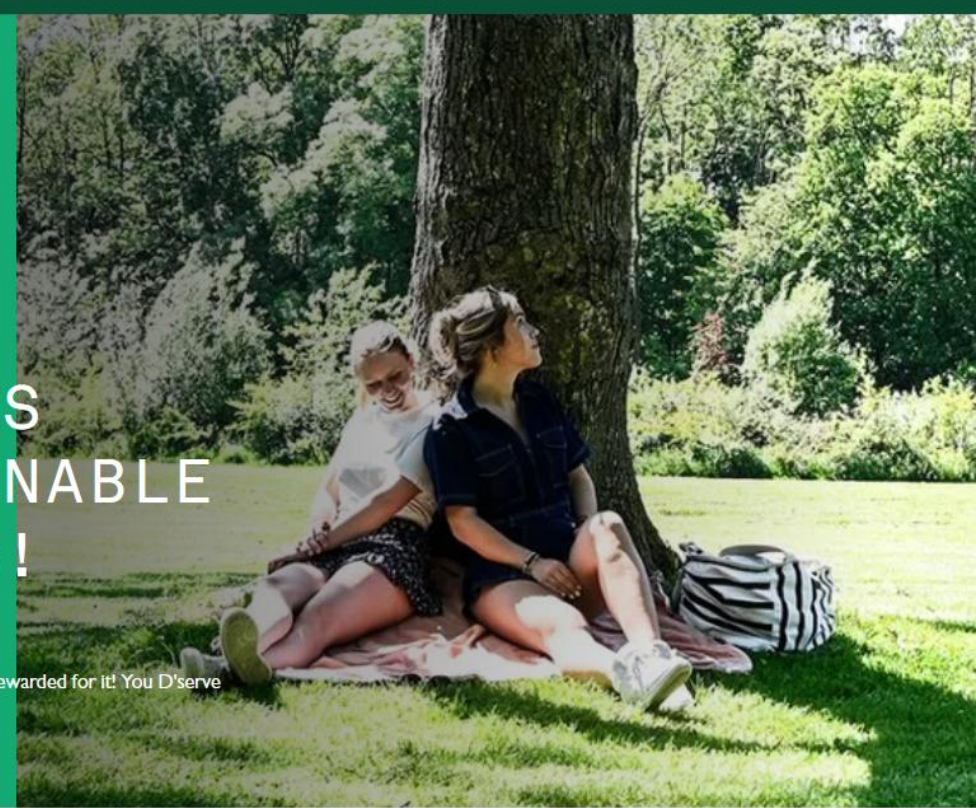


Revenue distribution  
Tourism concessions  
Community enterprises  
Microfinancing  
Targeted taxation  
Permits and regulations  
Ethical supply chain  
Local products  
Business incubation  
Skills training  
Tax incentives  
Public accessibility  
Mixed-use (functional integration)  
Government subsidies  
Volunteering  
Regenerative infrastructure development  
Storytelling  
Certification labels/brands  
Social tourism initiatives  
**Variable pricing and discount schemes**  
Tourism product development



## DELFT REWARDS SUSTAINABLE VISITS!

Visit Delft sustainably and get rewarded for it! You D'serve it!



## Sustainable visit d'serves a reward

Delft d'serves a visitor like you

In Delft, for the first time in 2025, we are running a sustainability campaign called "D'SERVE" from 18 July to 20 September. **Do you visit Delft sustainably?** Then you will receive a reward: for example, come to town by bike instead of by car. In Delft, we want to encourage and reward sustainable behaviour on the city and the world. You can help us achieve this with the smallest of actions. **Read on to find out how you can take part in a fun and rewarding return!**

### How does it work?

During your visit to Delft, you will be rewarded for sustainable behaviour. All you have to do is make conscious, sustainable choices during your visit. For example, come by bike instead of by car, fill your reusable bottle at one of the water points or help reduce plastic consumption.

Every week, discover new actions here with which you can contribute to a more sustainable city and get inspired to make conscious choices.

### How can you participate?



# Priorities

Impact

Upscaling

Leadership



## More information

- National Vision: [Perspective 2030](#)
- [Destination Management model](#)
- [Impactmonitor Tourism](#) (Dutch)
- Publication: [Hoe bezoek bijdraagt aan bewonersprofijt](#) (Dutch)
- Publication: [Wegwijzer voor het meten van bewonersprofijt](#) (Dutch)
- Publication: [Creating Equitable Destinations](#)



# Thank you.

More info: [www.nbtc.nl](http://www.nbtc.nl)

Thijs de Groot

[tdegroot@holland.com](mailto:tdegroot@holland.com)



# NBTC

Netherlands Board  
of Tourism &  
Conventions