

IMPACT RAPPORT 2025

ROTTERDAM PARTNERS



ROTTERDAM
PARTNERS

ROTTERDAM.
MAKE IT
HAPPEN.



VOORWOORD

Graag laten we via dit Impact Rapport onze meerwaarde zien. Want wij opereren dan wel internationaal, alles wat we doen moet leiden tot lokale impact. Het is belangrijk dat de stad en haar bewoners profiteren van de bedrijven, congressen en bezoekers die wij aantrekken. Zo blijft Rotterdam een gastvrije, leefbare en levendige stad voor iedereen.

Het nieuwe jaar ging meteen goed van start met opname van Rotterdam in 'de lijstjes' in gerenommeerde media, zoals [The New York Times](#). Deze pers aandacht was het resultaat van onze proactieve persbewerking. De nationale spin-off die het genereerde was een prachtige bijvangst.

Een van de hoogtepunten in 2025 was de lancering van de [Rotterdam City Card](#). Een digitale kortingspas waar inmiddels zo'n 55 leisure en culturele partners aan meedoen en waarmee we bestedingen bij ondernemers en spreiding in de stad willen bevorderen. Bijzonder blij zijn we met de sociale impact die we realiseren voor Rotterdammers voor wie een uitje in eigen stad niet vanzelfsprekend is.

Binnen de MICE-markt (Meetings, Incentives, Congresses & Exhibitions) stond alles in het teken van het prestigieuze congres [Convening EMEA 2025](#). Een unieke kans om Rotterdam in één keer bij ruim 650 meeting-, event- en congresplanners onder de aandacht te brengen.

2025 was ook het jaar dat het vestigings- en investeringsklimaat van Nederland verder onder druk kwam te staan. Zowel netcongestie, energieprijzen, beperkte bouwruimte door stikstofbeperkingen blijven knelpunten bij vestiging of uitbreiding voor het bedrijfsleven. Ondanks die zorgen hebben we via onze waardegedreven acquisitie 27 waardevolle internationale bedrijven en projecten aangetrokken voor Rotterdam.

We zijn trots op de positieve resultaten die we hebben weten te behalen voor Rotterdam in 2025, samen met onze groeiende partnernetwerk '[Connect to Rotterdam & Partners](#)' en al onze andere samenwerkingspartners. Als stad hebben we het vermogen om een verpletterende indruk te maken, samen bouwen we aan een toekomstbestendige economie.

In dit rapport lees je alles over onze strategie per doelgroep, onze impact in cijfers en blikken we terug op al die mooie highlights in het afgelopen jaar.

Erik van Essen
Algemeen Directeur



DE IMPACT VAN
ROTTERDAM PARTNERS



INTERNATIONALE BEDRIJVEN



INTERNATIONALE BEDRIJVEN 2025

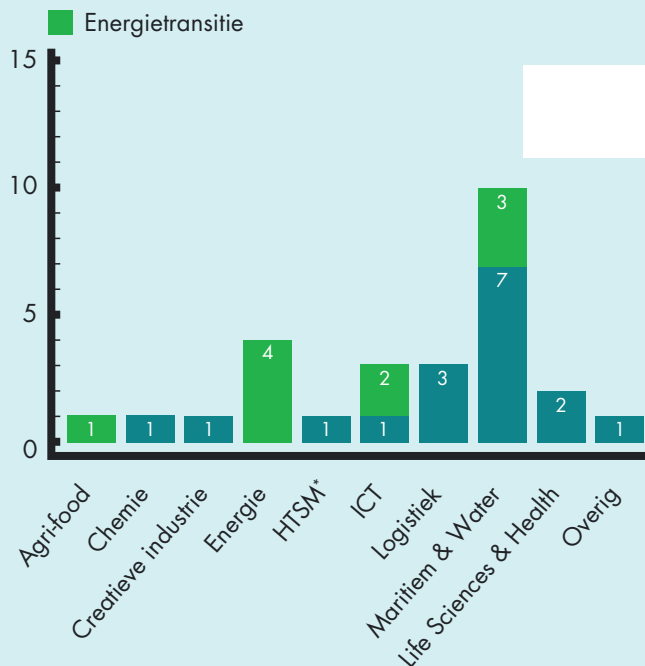
**ROTTERDAM MAG ZICH DE THUISHAVEN VAN VEEL INTERNATIONALE
BEDRIJVEN NOEMEN. IN HET AFGELOPEN JAAR LANDDEN 27 NIEUWE
BEDRIJVEN UIT DIVERSE SECTOREN, MET ONZE HULP, IN DE STAD.**

SAMEN GOED VOOR 565 BANEN

(na 3 jaar). Rotterdam International Center, onze one-stop-shop voor internationale werknemers, hielp **5.450 internationals** op weg en verwelkomde 9 zakelijke serviceproviders in ons Connect to Rotterdam & Partners partnernetwerk. Daarmee kwam het totaal op 47 partners.



SECTOREN WAARUIT DEZE BEDRIJVEN KOMEN:



*High Tech Systemen en Materialen.



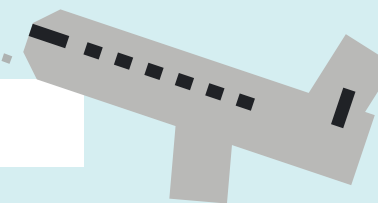
89,4 MILJOEN EURO AAN ECONOMISCHE SPIN-OFF

(na 3 jaar) leveren de 27 bedrijven op voor de stad.



LAND VAN HERKOMST

44,4% Azië
40,8% Europa
7,4% Noord-Amerika
7,4% Australië & Oceanië



ONZE STRATEGIE

Internationale bedrijven brengen werkgelegenheid, investeringen, innovatie en kennis naar Rotterdam. Maar ruimte en energie zijn schaars en daardoor beperkt beschikbaar voor nieuwe bedrijven. Ook blijft de hoge energieprijzen drukken op de energie-intensieve industrie zoals het basischemiecluster. Keuzes maken is daarom belangrijk; kwaliteit staat voorop. Daarom werken wij met een eenduidige strategie en positionering voor Rotterdam en de regio op het gebied van Foreign Direct Investment (FDI), met waardegedreven acquisitie als uitgangspunt. Rotterdam staat voor grote opgaves op het gebied van de energietransitie, circulariteit en digitalisering. Bedrijven die hieraan kunnen bijdragen zijn van grote waarde om de Rotterdamse economie toekomstbestendiger en weerbaarder te maken. Dit betekent dat we ons in onze acquisitiestrategie richten op internationale bedrijven binnen sectoren die de ecosystemen van Rotterdam versterken en die bijdragen aan de transitieopgaven.

Het opzetten van een bedrijf of werken voor een bedrijf in het buitenland brengt veel uitdagingen met zich mee. Het zoeken naar antwoorden en oplossingen vergt van de internationale werknemers veel tijd en moeite (zoals het verkrijgen van een werkvergunning, VISA, uitleg over het Nederlandse zorgstelsel, scholing etc.). Dit is waar ons Rotterdam International Center in beeld komt. Een gespecialiseerde one-stop-shop die kennismigranten van buiten de Europese Unie helpt met diensten en informatie over werken en wonen in Rotterdam. We werken hiervoor samen met de Immigratie- en Naturalisatiedienst (IND), de afdeling Publiekszaken van de gemeente Rotterdam en de ABN AMRO bank.

Het aantrekken van internationale bedrijven doen we niet alleen. In het samenwerkingsverband 'Invest in Holland' bundelen we onze krachten met onder meer het Netherlands Foreign Investment Agency en InnovationQuarter. Met in totaal 14 landelijke en regionale partners wordt de gezamenlijke acquisitiekraft en reikwijdte vergroot en maken we internationaal meer impact. Deze samenwerking is uniek in de wereld. Daarnaast werken we lokaal en regionaal samen met onder meer UP!Rotterdam voor versterking van het regionale start en scale up ecosysteem en met Rotterdam Square voor versterking van het Life Science Cluster. Bovendien bouwen we sinds 2017 met vele partners, waaronder het Havenbedrijf Rotterdam, aan een meer krachtige positionering van de regio onder de noemer: 'Rotterdam. Maritime Capital of Europe'. Dit initiatief heeft de afgelopen jaren tot internationale erkenning van onze regio op maritiem gebied geleid.





EEN AANTAL HOOGTEPUNTEN

Internationale positionering Rotterdam als aantrekkelijke vestigingslocatie

In de eerste helft van het jaar hebben wij een zgn. circularity campagne ingezet, met als doel om Rotterdam internationaal te positioneren als aantrekkelijke vestigingslocatie voor bedrijven actief in de circulaire economie. Op LinkedIn was een beeldcampagne te zien, evenals videocontent met interviews en compilaties. De campagne had een wereldwijd bereik, met targeting op o.a. de focuslanden. De resultaten: ruim 1,3 miljoen impressies, meer dan 2.200 engagements, 750 klikken naar onze [website](#) en een video completion rate (hele video bekeken) van 20,3%.

Een andere asset die we hebben ontwikkeld is [een video voor de invest markt](#) waarin we start-ups, scale-ups en corporates willen laten zien wat Rotterdam als vestigingsplaats te bieden heeft. De campagne op LinkedIn heeft tot nu toe bijna 7 miljoen impressies opgeleverd.

Wat ook helpt is anderen het verhaal laten vertellen. Via [testimonials](#) op onze website vertellen bedrijven waarom ze voor Rotterdam hebben gekozen en wat Rotterdam Partners hierin betekend heeft. De verhalen delen we actief op ons [corporate LinkedIn account](#), waar we eind 2025 bijna 27.000 volgers hadden.

Waardegedreven acquisitie

Het afgelopen jaar stond het vestigingsklimaat flink onder druk. Knelpunten zijn onder andere de beschikbare ruimte, hoge energieprijzen in combinatie met netcongestie en gecompliceerde regelgeving. Ondanks alle uitdagingen hebben we 27 internationale bedrijven helpen landen, uitbreiden of behouden voor Rotterdam. Deze bedrijven vallen binnen de waardegedreven acquisitieaanpak. Zij brengen niet alleen economische waarde met zich mee, maar ook kennis, en versterken daarmee het Rotterdamse ecosysteem.

Drie voorbeelden:

- Phospho Biomedical Animation, een Brits bedrijf op de kruising tussen creatieve industrie, high tech en life sciences, gevestigd in de Van Nellefabriek. Phospho vertaalt complexe wetenschappelijke onderzoeken naar heldere, boeiende animaties voor biotechbedrijven, academische instellingen en farmaceutische ondernemingen in heel Europa.
- Hapag-Lloyd/Hanseatic Global Terminals: Hapag-Lloyd, de op vier na grootste containerrederij wereldwijd, werkt aan innovatieve en duurzamere schepen. Dochteronderneming Hanseatic Global Terminals focust zich op de terminals en infrastructuur, waarbij vernieuwing en digitalisering van belang is om efficiëntie te waarborgen. De visie en activiteiten sluiten daarmee goed aan bij de transitieontwikkelingen van Rotterdam.
- Marsland Institute, internationaal actief onder de naam CoeusAI, is een Canadees bedrijf dat AI-gedreven oplossingen ontwikkelt voor de energietransitie. Met een platform dat enorme hoeveelheden data analyseert en complexe berekeningen uitvoert voor bijvoorbeeld locatiebeoordelingen van wind- en zonneparken, helpt CoeusAI zowel overheden als bedrijven om sneller en betrouwbaarder beslissingen te nemen over duurzame energieprojecten.

Een greep uit de andere bedrijven die we in 2025 aantrokken of hebben geholpen met uitbreiden:

- Utilitarian: tech startup die zich met een digitaal platform richt op recycling en afvalreductie.
- Siemens Energy / Hymonic: opslag en transport van waterstof.
- FOER group: werving en inzet van professionals die gespecialiseerd zijn in lassen, staalbewerking en de installatie van leidingsystemen in de maritieme, bouw- en offshore-industrie.
- United Imaging ontwikkelt en produceert geavanceerde medische beeldvormings- en radiotherapiesystemen voor medische en life sciences-instellingen wereldwijd.
- Binnen het samenwerkingsverband Invest in Holland hebben we bijgedragen aan de landelijke resultaten van 180 bedrijven in 2025. Ook hier gaat het om bedrijven die waarde toevoegen aan het ecosysteem in Rotterdam.





Welcome to Rotterdam event speciaal voor internationals

Naast de dienstverlening die ons Rotterdam International Center standaard biedt, hebben we twee edities georganiseerd van het Welcome to Rotterdam event in het Timmerhuis. Op 11 maart en 27 november verwelkomden we, samen met wethouder Robert Simons, een grote groep internationals in de stad. Naast een warm welkom staat dit event in het teken van praktische inzichten en tips verkrijgen, experts ontmoeten, andere internationals leren kennen en ontdekken welke diensten kunnen ondersteunen bij het opbouwen van een leven in Rotterdam. Tijdens een informatiemarkt konden de zakelijke dienstverleners uit ons partnernetwerk zich voorstellen aan de nieuwe internationals. Oftewel: de serviceproviders waar we vanuit ons Rotterdam International Center mee samenwerken om internationale kennismigranten zo goed mogelijk te laten starten in Rotterdam. Denk hierbij aan makelaars, belastingadviseurs en aanbieders van gezondheidszorg. In totaal zijn 47 zakelijke dienstverleners aangesloten als partner.

Rotterdamse business community maakt kennis met 'New Arrivals'

Op de eerste maandag van oktober verwelkomden wij traditiegetrouw de zogenaamde 'new arrivals' tijdens ons Red Carpet Dinner. Het nieuwe Fenix museum, waar verhalen over aankomst, identiteit en thuis voelen samenkomen, was de perfecte plek om de internationale bedrijven te verwelkomen die het afgelopen jaar, met steun van Rotterdam Partners, Invest in Holland en onze regionale partners zoals Havenbedrijf Rotterdam, InnovationQuarter en Rotterdam Square, voor Rotterdam hebben gekozen als hun nieuwe thuis. Een mooi moment om hen te introduceren bij de Rotterdamse business community. Tijdens een pre-event kregen zij uit handen van wethouder Robert Simons (Haven, Economie, Horeca en Bestuur) een gepersonaliseerd Feyenoord shirt overhandigd. Gasten kregen de gelegenheid om het museum te verkennen, gevolgd door een levendig plenair programma onder leiding van moderator Melissa Ablett-Jordaan. Tijdens een walking dinner was er volop gelegenheid voor de ruim 200 gasten om te netwerken. Met deze aftermovie blikken we terug op een prachtig event.

"What a joy and an honor to be officially welcomed to Rotterdam last week at Rotterdam Partners' annual Red Carpet Dinner, hosted in the gorgeous new Fenix Museum. Everyone at Rotterdam Partners and Rotterdam Square have made us feel so welcome since our move here. It has truly felt like they've rolled out the red carpet!"

- Jeroen Claus, oprichter Phospho Biomedical Animation, een van onze New Arrivals



MICE-MARKT (MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES & EXHIBITIONS)

ONZE STRATEGIE

Internationale congresbezoekers besteden van alle typen bezoekers gemiddeld het meest; bij congreslocaties, aan hotels, in de horeca, bij musea, attracties, detailhandel en aan vervoer. Dat levert inkomsten op voor ondernemers in de stad en creëert banen. Kortom, de Rotterdamse economie vaart wel bij dit type bezoeker. Daarom zetten wij in op de acquisitie van internationale congressen, evenementen en beurzen.

We kiezen hierbij voor sectoren die passen bij de economische ambities van de stad, dus congressen op het gebied van bijvoorbeeld Life Science & Health, Energie, Maritiem, IT & Tech en Urban Planning. Voor de acquisitie werken we per sector met zogenaamde STAR-teams, wat staat voor Strategische Acquisitie Rotterdam. Diverse stakeholders, experts binnen een sector, onderzoeken samen welke kansen er liggen voor Rotterdam binnen die specifieke sectoren en bepalen met ons de roadmap voor de toekomst. Voor acquisitiedoeleinden werken we ook actief samen met andere 'tweede steden' in Europa binnen het EU CVB Network.

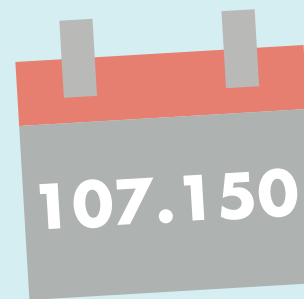
Daarnaast hebben wij een netwerk van Rotterdam Knowledge Ambassadors (foto). Wetenschappers, onderzoekers en vertegenwoordigers van verschillende vakgebieden, organisaties en kennisinstellingen die met ons een bidtraject voor een internationaal congres hebben doorlopen, worden door ons benoemd tot ambassadeur. Vanuit hun ervaring en betrokkenheid bij Rotterdam als congresstad, enthousiasmeren en helpen zij anderen graag bij het winnen en organiseren van hun congres. Ook blijven zij het verhaal van Rotterdam en Rotterdam Partners uitdragen.

In de internationale evenementenwereld van vandaag streven organisatoren ernaar om een betekenisvolle impact te realiseren in de steden die ze bezoeken. Rotterdam deelt deze ambitie. Met een sterke focus op maatschappelijke waarde ontwikkelden wij in 2023 Rotterdam Collaboration For Change, een initiatief dat congresorganisatoren helpt hun missie af te stemmen op de ambities van de stad, zodat elk evenement bijdraagt aan een veerkrachtiger, inclusiever en toekomstbestendig Rotterdam. Via deze aanpak ondersteunen we organisatoren bij het samen creëren van legacy-projecten die tastbare voordelen opleveren voor Rotterdammers.



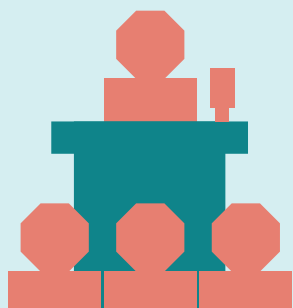
ZAKELIJKE BEZOEKER 2025

IN 2025 WISTEN ZAKELIJKE REIZIGERS ROTTERDAM WEER TE VINDEN. ZIJ KOMEN
OM KENNIS OP TE DOEN ÉN DELEN. HET AFGELOPEN JAAR TROKKEN WIJ 31
NIEUWE CONGRESSEN AAN VOOR DE STAD.



SAMEN GOED VOOR 107.150 DEELNEMERSDAGEN

Bijvoorbeeld: congres van 3 dagen
met 5.000 deelnemers staat voor
15.000 deelnemersdagen.

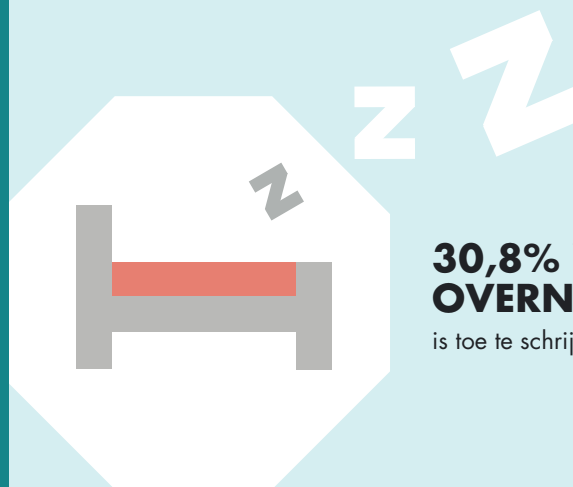


31 NIEUWE CONGRESSEN

in verschillende sectoren.

ECONOMISCHE SPIN-OFF: RUIM 41 MILJOEN EURO

verwacht aan onder andere overnachting, eten en drinken,
de congreslocatie, vervoer, kunst & cultuur en in de detailhandel.
Internationale congresbezoekers geven van alle typen bezoekers
gemiddeld het meeste geld uit.



30,8% VAN HOTEL- OVERNACHTINGEN¹

is toe te schrijven aan zakelijk bezoek.



EEN AANTAL HOOGTEPUNTEN

Campagne Meet the Unexpected

Sinds mei voeren wij de internationale campagne Meet the Unexpected om Rotterdam nog sterker te positioneren als vooruitstrevende en verrassende MICE bestemming en om onze internationale zichtbaarheid te vergroten. De campagne richt zich op het inspireren van decisionmakers om Rotterdam op te nemen in hun longlist voor toekomstige congressen en zakelijke events. Meet the Unexpected laat zien wat Rotterdam bijzonder maakt. Een stad met lef, onverwachte locaties, een vernieuwende mindset en een no-nonsense mentaliteit.

Offline brachten we de campagne onder de aandacht via onder andere digitale schermen en MICE vakmedia. Online zetten we een betaalde campagne in op LinkedIn en via Google Ads, met onder meer een awareness video, een blog ad en een Find Your Event Personality ad. In totaal realiseerden we op LinkedIn en Google ruim 9,3 miljoen impressies, 8.400 engagements en 37.340 websitebezoeken. Opvallend is de hoge completion rate van de campagnevideo. Maar liefst 55 procent van de kijkers bekeek de video volledig. De campagne heeft bovendien geleid tot concrete aanvragen en versterkt het MICE netwerk in de focuslanden.

Convening EMEA 2025 in Rotterdam

Een absoluut hoogtepunt was het hosten van Convening EMEA 2025 van 14 t/m 16 oktober in Postillion WTC Rotterdam. Met dit congres positioneerde Rotterdam zich nadrukkelijk op het hoogste internationale niveau binnen de congreswereld. In totaal verwelkomden we 660 deelnemers, waaronder 299 congresplanners (170 live, 129 online). De delegatie vertegenwoordigde 35 bestemmingen, met een mix van 107 associatieplanners en 192 Professional Congress Organisers, corporate eventplanners en overige planners. De totale economische spin-off voor de stad bedraagt € 1,03 miljoen.

Tijdens hun bezoek maakten de deelnemers kennis met Rotterdam als locatie voor toekomstige congressen en andere zakelijke evenementen, een unieke kans om in één keer aan zo'n grote groep te laten zien wat Rotterdam zo'n bijzondere MICE-bestemming maakt.

Het programma is samen met onze partners ontwikkeld om iedere deelnemer een onvergetelijke, authentieke 'Rotterdam Experience' te bieden gedurende het hele congres. Zo organiseerden we voorafgaand aan Convening EMEA voor 15 potentiële klanten, passend bij onze strategische acquisitie, de 'Meet the Unexpected' FAMtrip (familiarization trip). Oftewel een kennismakingsreis met o.a. bezoeken aan de Doelen en Rotterdam Ahoy. Boardroom magazine publiceerde naar aanleiding van hun deelname [dit mooie artikel](#). Verder was er een welkomstreceptie in de Foodhallen, een feestavond op het ss Rotterdam en konden deelnemers mee op een 6-tal ontdekkingstours door de stad. Ook hebben we in de congresvenue een Rotterdam-area ingericht in de sfeer van een festival met culturele optredens van opkomende jonge talenten. Het programma omvatte daarnaast een gelijktijdig evenement genaamd [Convене4Climate](#), waar hooggeplaatste experts uit de sector werden uitgenodigd om het ecologische effect van de internationale evenementenindustrie te bespreken.

Het hosten van Convening EMEA heeft tot nu drie congressen opgeleverd en we weten uit ervaring dat dit er nog veel meer zullen worden in de komende jaren. In 2023 organiseerden we de Annual Meeting van [AC Forum](#), het kleinere, Europese zusje van Convening EMEA, en dat heeft tot nu toe 10 bevestigde congressen opgeleverd met een economische spin-off van meer dan 57 miljoen euro. Zoals bijvoorbeeld het prestigieuze congres van de [European Renal Association](#) waar zo'n 12.000 professionals op het gebied van nierziekten samenkwamen in Rotterdam Ahoy.

Lees meer over [de resultaten en media-aandacht](#).

Bekijk [de aftermovie](#) van Convening EMEA 2025 in Rotterdam.

"Your hospitality and attention to detail were exceptional. We felt warmly welcomed at every stop, enjoyed fantastic food, and appreciated how flawlessly everything ran. You really gave us a great insight into the energy and unique vibe of Rotterdam - it's a city that clearly knows how to host great events!"

- Christine Kiendl, Interplan Congress, Meeting & Event Management, deelnemer FAMtrip Convening EMEA 2025





TwitchCon zorgt voor spin-off IT & Tech events

In 2025 vond de tweede editie plaats van TwitchCon, dat we samen met de gemeente en Rotterdam Ahoy voor drie jaar naar de stad haalden. Dit internationale gaming event is goed voor ruim 10.000 bezoekers. De inspirerende Visitor's Guide die wij maakten, werd bijna 4.500 keer gedownload. TwitchCon biedt Rotterdam een unieke kans om zich wereldwijd te profileren als dé bestemming voor grootschalige, creatieve en technologische congressen. Naar aanleiding van de eerste editie in 2024 hebben meerdere IT & Tech events voor Rotterdam gekozen in 2025. Hiermee is de gewenste spin-off bereikt. TwitchCon vindt in 2026 voor de laatste keer plaats in Rotterdam.

Strategische acquisitie leidt tot hoogwaardige congressen

Via sterke bids overtuigden we 31 congressen om in 2025 voor Rotterdam te kiezen, goed voor een economische spin-off van ruim €41 miljoen (uitgaven bij hotels, musea, attracties, horeca, vervoer). Een van de binnengehaalde congressen is Euroanaesthesia 2026 (naar aanleiding van het eerder genoemde AC Forum), wereldwijd erkend als een van de meest invloedrijke congressen op het gebied van anesthesiologie en intensive care. Het trekt naar verwachting zo'n 7.000 deelnemers uit meer dan 100 landen en de economische spin-off wordt geschat op €10,9 miljoen. Een ander voorbeeld is Utopian Hours, een festival waar architecten en stedenbouwkundigen samenkomen en waar de rol van Rotterdam als centrum voor innovatieve architectuur en klimaatbestendigheid wordt benadrukt.

Naast het binnenhalen van congressen brachten we in 2025 maar liefst 66 kandidaatstellingen uit voor congressen die we op een later moment hopen binnen te halen. Een van de congressen die al bevestigd is, is ICOM General Conference, het grootste museumcongres ter wereld dat in 2028 duizenden professionals naar onze stad brengt. In onze congresagenda vind je een overzicht van alle events die dankzij onze gezamenlijke acquisitie-inspanningen naar Rotterdam komen.

Congressen met een speciale focus op duurzaamheid

Met vier congressen, waar wij een rol hebben gespeeld in het binnenhalen ervan, profileerde onze stad zich afgelopen zomer als dé bestemming voor internationale congressen over klimaatadaptatie, duurzaamheid en stedelijke veerkracht. Alle congressen hadden een uitgebreid randprogramma met lezingen, exposities en excursies. Daarmee versterkten ze niet alleen de internationale zichtbaarheid van onze stad als duurzame congresbestemming, maar brachten deze congressen ook waardevolle kennis en boden ze kansen voor lokale ondernemers. Een van de congressen was de Swimmable Cities Summit in LantarenVenster. Dit evenement onderzoekt hoe water in steden kan worden ingezet als openbare ruimte voor recreatie, biodiversiteit en klimaatbestendigheid. De summit begon met een duik in de Rijnhaven!

Rotterdam Collaboration For Change

Een mooi voorbeeld van een legacy project is de Planetary Health Annual Meeting 2025 (PHAM 2025), een congres dat we hebben helpen landen in Rotterdam en dat van 7 t/m 10 oktober plaatsvond in de Doelen. Het congres bracht meer dan 500 internationale deelnemers samen om de relatie tussen menselijke gezondheid en mondiale milieuproblemen, zoals klimaatverandering en verlies van biodiversiteit, te bespreken. Het lokale organiserende comité van de Erasmus School of Health Policy and Management nam, ondersteund door de Gemeente Rotterdam en Rotterdam Partners, verschillende stappen om waarde toe te voegen aan de ervaring van de deelnemers en positieve impact achter te laten in Rotterdam:

- **Generatie Alpha een stem geven.** Leerlingen van een lokale school werden geïnterviewd over het belang van een gezonde aarde en hun hoop voor de toekomst. [Bekijk hier de video.](#)
- **Groene verkenningen in Rotterdam.** Een reeks stadswandelingen toonde Rotterdams innovatieve benadering van stedelijke planning voor een gezonde stad, waaronder praktische deelname aan tuinen via [Stichting Present](#), een bezoek aan natuurgerichte schoolpleinen en een Green Walk die begon op het groene dak van de Doelen, waar het congres werd gehouden.
- **Een postersessie voor de toekomst.** Gen A werd gevraagd te tekenen hoe zij dachten dat een groene toekomst eruit zou moeten zien. De posters hiervan werden geprint en gepresenteerd.
- **Crowdfunding van de tuin.** Congresafgevaardigden droegen bij aan een lokale gemeenschapstuin, met de overdracht van een cheque en een feest voor de inwoners van Rotterdam.



BEZOEKERS



ONZE STRATEGIE

Als het gaat over toerisme, spreken wij over de bezoekerseconomie. Want niet alleen toeristen bezoeken je stad, ook zakelijke gasten, mensen die familie bezoeken of studenten. Geheel in lijn met de Visie Toerisme van Gemeente Rotterdam richten we ons op bezoekers die passen bij het DNA en de mentaliteit van Rotterdam en de Rotterdammers. Met onze internationale citymarketing willen we mensen bereiken die zich aangetrokken voelen tot het unieke karakter en aanbod van Rotterdam. Een belangrijk uitgangspunt in de Visie Toerisme is dat de bezoekerseconomie en de groei hiervan niet een doel op zich is, maar een middel om de ambities van de stad te bereiken. Door de economische waarde die het met zich meebrengt, kunnen ondernemers initiatieven opzetten die in de eerste plaats van meerwaarde zijn voor Rotterdammers zelf. Dat dit vervolgens ook bezoekers aantrekt, is mooi meegenomen. Zo blijft Rotterdam een gastvrije, leefbare en levendige stad voor iedereen.

Positieve aandacht in buitenlandse media draagt bij aan de duurzame ontwikkeling van de Rotterdamse economie, versterkt het imago en helpt ons om de stad op een aantrekkelijke manier te positioneren. Naast bezoekers aantrekken met een toeristisch motief helpt positieve media-aandacht ook bij het aantrekken van potentiële investeerders en congressen. Onze internationale mediastrategie richt zich op langlopende ontwikkelingen, heeft een toekomstgerichte blik en positioneert onderscheidende projecten in een mondiale context.

Gezien de hoge ambities van de stad op het gebied van duurzaamheid maken we bij onze persontvangsten en in onze marketingcampagnes graag de keuze om te focussen op landen van waaruit je gemakkelijk per trein naar Rotterdam kunt reizen, dus onze buurlanden België, Duitsland, UK en Frankrijk.

Samenwerking is hierbij cruciaal, want laten zien hoe tof Rotterdam is, kunnen we natuurlijk niet alleen. Zo werken we samen met vervoerders als Eurostar en Deutsche Bahn en organiseren we persontvangsten in samenwerking met onze partners.

Enmaal in de stad zorgen we voor een optimale Rotterdam Experience. Hiermee zorgen we ervoor dat bezoekers zich welkom voelen in de stad en informeren we ze over Rotterdam en het bezoekbare aanbod in de verschillende wijken. Zo verspreiden bezoekers zich over de stad, zodat lokale ondernemers in verschillende wijken profiteren van hun bestedingen in de horeca, musea, attracties, winkels en vervoer. En gaat iedereen die Rotterdam bezoekt als een fan en ambassadeur naar huis. Dat is waar we naar streven. Dit doen we niet alleen, want de gastvrije ontvangst van bezoekers is een gezamenlijke opgave. Daarom zitten wij in Platform Gastvrij, samen met Gemeente Rotterdam, RET, Rotterdam Festivals, Cruise Port Rotterdam, Rotterdam The Hague Airport, VNO-NCW, retail, taxi's, musea, hotels en onderwijsinstellingen.



BEZOEKERS- ECONOMIE 2025

DE ROTTERDAMSE BEZOEKERSECONOMIE WORDT GEVORMD DOOR VERSCHILLENDE TYPE
BEZOEKERS – VAN ZAKELIJK TOT LEISURE. DE BEZOEKERSECONOMIE GELDT ALS EEN
BELANGRIJKE ECONOMISCHE FACTOR VOOR DE STAD EN ZAT IN 2025 WEER IN DE LIFT.



RUIM 1,6 MILJARD

potentiële lezers werden bereikt via free publicity, als resultaat van onze **proactieve persbewerking**. De joint promotions met o.a. Deutsche Bahn en Eurostar leverden ruim **62 miljoen impressies** op.

BESTEDINGSPATROON BEZOEKER (PER DAG)¹

- € 63,30 Dagbezoeker, geen overnachting
- € 180 Buitenlandse toerist
- € 349 Zakelijke bezoeker
- € 389 Congresbezoeker



26.790 BANEN

in Rotterdam in de sector **Recreatie & Toerisme**. Dit is **6,2%** van het totaal aantal banen in Rotterdam.²

236 PARTNERS

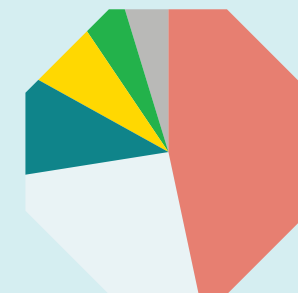
in de stad waren eind 2025 aangesloten bij ons **Connect to Rotterdam & Partners network**, waarvan 96 leisure- en horecapartners, 53 MICE partners (Meetings, Incentives, Conferences & Events) en 38 partnerhotels. De overige 49 partners vallen onder het netwerk van internationale bedrijven en zijn businesspartners en servicepartners aangesloten bij ons Rotterdam International Center.

3.244.000 HOTEL- OVERNACHTINGEN³

verdeeld over 1.806.000 hotelgasten. De gemiddelde verblijfsduur is 1,79 nachten.

HERKOMST HOTELGASTEN³

- 46,7% Nederland
- 10,7% Duitsland
- 7,3% België
- 4,9% Verenigd Koninkrijk
- 4,5% Frankrijk
- 25,9% Overig



ONLINE KANALEN ROTTERDAM PARTNERS 2025

WE WERKEN HARD AAN DE ONLINE ZICHTBAARHEID VAN ROTTERDAM.

NIET ALLEEN VIA CAMPAGNES, OOK ONZE EIGEN KANALEN SPELEN

HIERIN EEN BELANGRIJKE ROL.

RUIM 92,8 MILJOEN IMPRESSIES

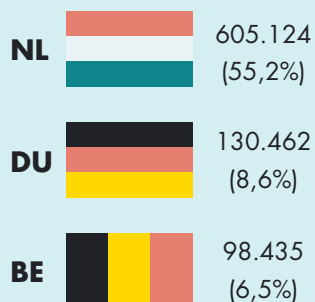
voor onze marketingcampagnes (o.a. joint promotions met Deutsche Bahn en Eurostar). Met onze owned kanalen behaalden we nog eens **10,7 miljoen** impressies.



1.087.824 WEBSITEBEZOEKEN

Onze nieuwe website voor alle doelgroepen ging begin 2025 live.
www.rotterdam.info

WEBSITEBEZOEK TOP 3 HERKOMST¹



TOP 3 BEST BEZOCHTE PAGINA'S

Engelstalige homepage	95.917
Invest in Future Focused Rotterdam	60.173
Top 10 musea en kunstinstituten	43.508

12.861 DOWNLOADS

De [Rotterdam City Map](#) werd 6.991 keer gedownload.
Met 5.870 downloads was de wandel- en fietsbrochure [Ontdek Rotterdam](#) ook in trek.

PAGINA'S WAAR ONZE PARTNERS GOED VERTEGENWOORDIGD ZIJN, WERDEN DRUK BEZOCHT²:

Plan je bezoek	262.288
Agenda	104.730
Venue & Service Finder Conventions	13.023

MET ONZE SOCIAL MEDIA BEREIKTEN WE EEN GROOT AANTAL VOLGERS:





EEN AANTAL HOOGTEPUNTEN

Rotterdam in de lijstjes: de spin-off

Met onze mediastrategie werkten we de afgelopen jaren gericht toe naar de openingen van Portlantis, Fenix en het Nederlands Fotomuseum, met als doel internationale publicaties en zichtbaarheid in jaarlijkse reisoverzichten. Die aanpak werkte: tussen december 2024 en februari 2025 werd Rotterdam geroemd als must see-bestemming in de lijstjes van [Time Out](#), [The Guardian](#) en [The Independent](#). De opname in '52 Places to Go' van [The New York Times](#) was de kers op de taart. Rotterdam kreeg voor het eerst sinds 2014 weer een vermelding in deze toptitel. En daar bleef het niet bij. Aansluitend verscheen Rotterdam ook in [The Financial Times](#) én wonnen we een [Wallpaper* Design Award 2025](#) voor 'Best Urban Action'.

Opname in de reisoverzichten zijn geen doel op zich, maar zorgen er wel voor dat de ogen op je gericht zijn. De vermeldingen resulteerden, net als in 2014, voor veel interesse in de nationale media. Zo volgde een publicatie en uitzending in [RTL Nieuws](#) en BNR. Ook [De Telegraaf](#) en het [Algemeen Dagblad](#) gaven aandacht aan de vermelding. Het totale mediabereik kwam uit op 976 miljoen en had een onmiskenbare impact op het imago van de stad. Alle aandacht voor de nieuwe musea heeft een positief effect op de reputatie van Rotterdam als culturele bestemming. Om ervoor te zorgen dat het partnernetwerk optimaal gebruik kon maken van de aandacht, hebben we [slides gemaakt met quotes](#) uit de artikelen zodat partners het konden gebruiken in presentaties, bidboeken of tijdens beursbezoeken.

“While the capital remains a profoundly human and cultural city, rival Rotterdam improves its repertoire by the year.”

THE INDEPENDENT

“This port city prepares to stake its claim as a modern capital of culture.” **The New York Times**

“Two important openings are poised to turn Rotterdam into a museum destination.”

FT FINANCIAL TIMES

“Rotterdam’s urban rethink makes it the city of 2025.”

Wallpaper*

“Rotterdam will add yet another novelty architectural flourish to its skyline of giant pencils, topsy-turvy cubes and huge mirrored bowls next year.”

The Guardian

De 25 topartikelen van 2025 over Rotterdam

Het afgelopen jaar gebeurde er veel in onze stad en daarom mochten we veel internationale journalisten in Rotterdam verwelkomen, 128 in totaal. We organiseerden diverse grote, internationale persreizen rondom de opening van Portlantis, Fenix en Iris van Herpen tentoonstelling in de Kunsthal. De publiciteit die volgde naar aanleiding van de opening van Fenix was ongeëvenaard. Forbes, El Pais, Gazet van Antwerpen, Frankfurter Allgemeine Zeitung, nagenoeg alle grote Europese kranten en internationale nieuwsdiensten deden verslag van het bijzondere museum en de publicaties blijven binnenkomen tot op de dag van vandaag. Naast persreizen ontvingen we journalisten individueel en deelden op afstand nieuws over onze stad. We hebben in totaal 87 persaanvragen verwerkt. De hoeveelheid publiciteit die dit alles heeft opgeleverd, is uitzonderlijk. In onze media coverage hebben we de 25 meest prominente artikelen van dit jaar verzameld die de impact en breedte van onze inspanningen laten zien en die het directe resultaat zijn van door ons georganiseerde persreizen of behandelde mediaverzoeken.

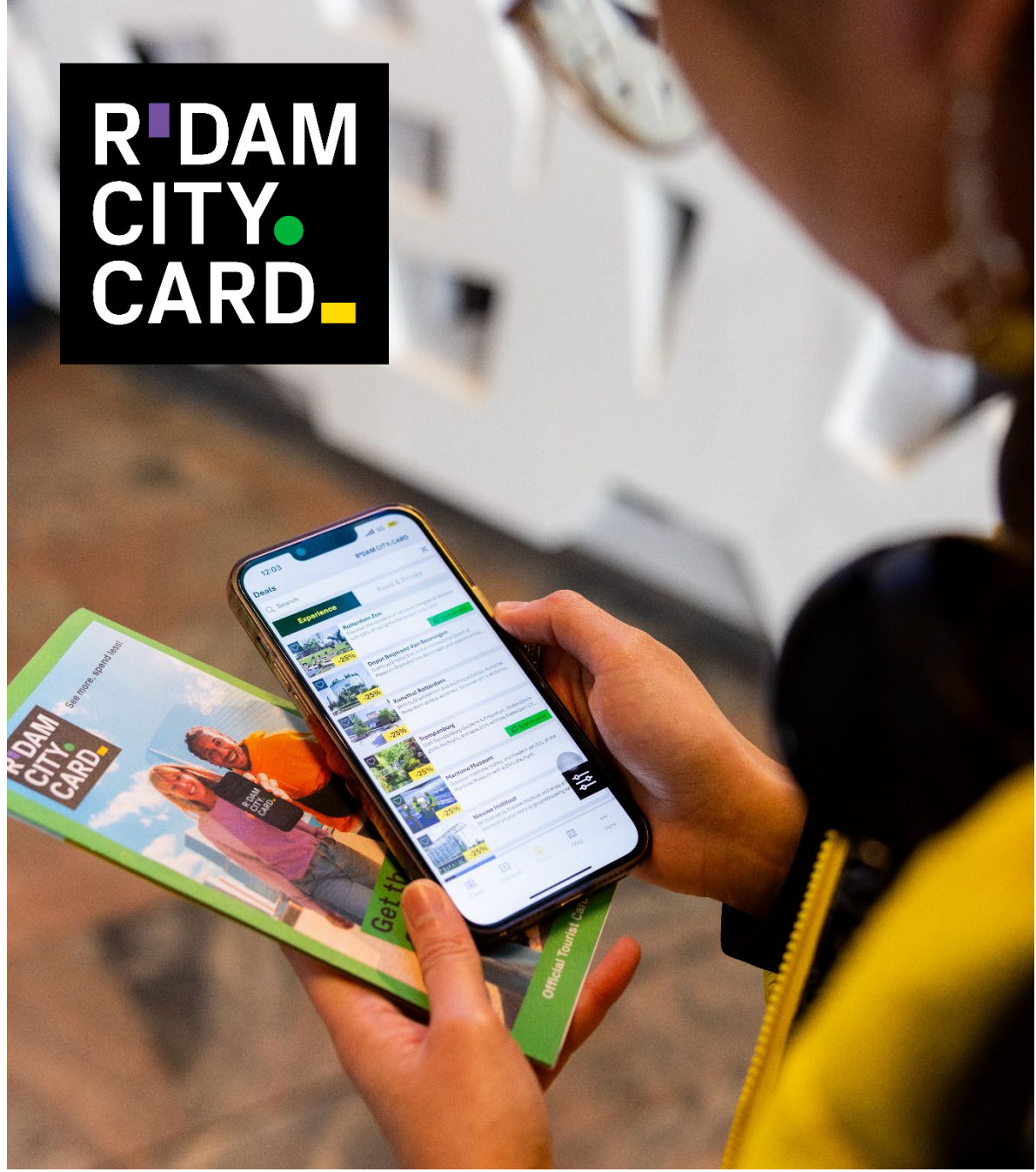
Duurzaam reizen campagne met NBTC, Deutsche Bahn & Eurostar

Om potentiële bezoekers uit Duitsland en de UK te enthousiasmeren naar Rotterdam te komen, hebben we, samen met het NBTC, in 2025 sterk ingezet op internationale zichtbaarheid in deze landen. Duurzaamheid en het stimuleren van treinreizen vormden de basis van deze samenwerking. Met Deutsche Bahn draaiden we een 360-graden campagne in Noordrijn-Westfalen waarin architectuur en kunst & cultuur centraal stond. Met inzet van opvallende Digital Out Of Home uitingen, online advertenties, online radio en influencers. De Eurostar campagne was te zien via Digital Out Of Home op treinstations op de Thameslink lijn richting London St Pancras International, social ads, display ads en een landingspagina op de website van Eurostar. De campagne deden we samen met Amsterdam en heeft in totaal 50 miljoen impressies opgeleverd:

- (Digital) Out Of Home 45 miljoen impressies (met Amsterdam)
- 400.000 via online display (met Amsterdam)
- Meta campagne 4,6 miljoen impressies (alleen Rotterdam)



Onze eigen Instagram video rond de opening van Fenix leverde ruim 750.000 weergaven en ruim 1.800 nieuwe volgers op!



Lancering Rotterdam City Card

Op 7 maart lanceerden we de Rotterdam City Card tijdens een feestelijke bijeenkomst in Hotel New York. De Rotterdam City Card is een belangrijke tool in de gastvrije ontvangst van bezoekers, terwijl we de stad op haar best laten zien. Met deze digitale kaart ontdekken bezoekers zowel hotspots als verborgen parels van de stad met minimaal 25% korting, eventueel uitgebreid met 1, 2 of 3 dagen duurzaam reizen met het openbaar vervoer van de RET. Wethouder Robert Simons had de eer om de eerste Rotterdam City Card te gebruiken. In totaal zijn zo'n 55 attracties, musea, touraanbieders en horecalocaties aangesloten. We hebben in het aanbod oog voor zowel het grote als het kleinere aanbod, zodat meer ondernemers profiteren van bezoek aan de stad. Ook draagt de Rotterdam City Card bij aan spreiding van bezoekers, in lijn met de Visie Toerisme van Gemeente Rotterdam.

Sinds de introductie werken we actief aan het vergroten van de zichtbaarheid en maakten onder andere deze campagnevideo. De Rotterdam City Card wordt actief gepromoot via onze website, B2C nieuwsbrief, online campagnes, onze Rotterdam Tourist Information locaties en baliedisplays bij deelnemende locaties. Ook zetten meer dan 30 hotels de Rotterdam City Card in als service richting hun gasten.

Van 1 maart t/m 31 december 2025 werden in totaal 10.591 City Cards verkocht:

- 7.043 kaarten online via onze webshop
- 3.239 via onze Rotterdam Tourist Information
- 309 via partners (PCMA, Fenix, etc)

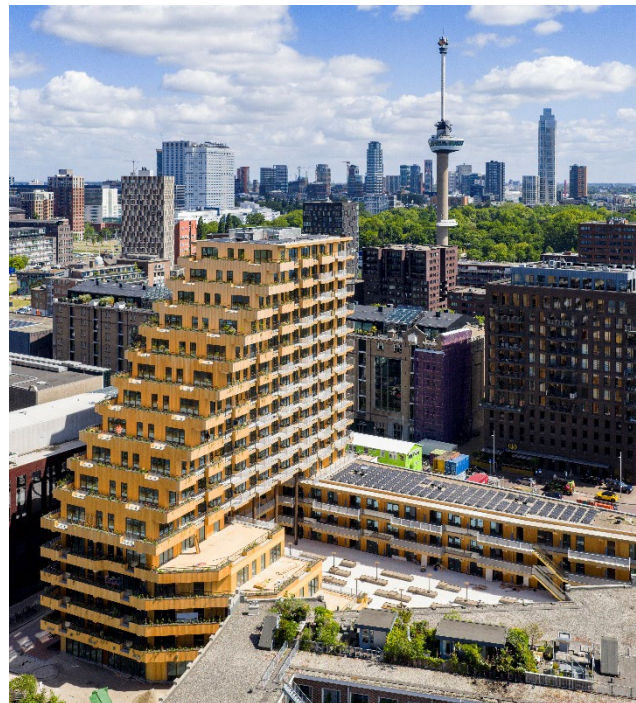
De Rotterdam City Card met 3 dagen OV is de best verkochte kaart.

Sociale impact met Rotterdam City Card

Met de Rotterdam City Card geven we ook iets terug aan Rotterdam. We hebben een mooie samenwerking met de deelnemende partners opgezet waarbij zij een x-aantal toegangstickets doneren per verkochte Rotterdam City Card. Hierdoor kunnen Rotterdammers voor wie een uitje geen vanzelfsprekendheid is, genieten van een dagje uit in eigen stad. Om zeker te zijn dat de vrijkaarten bij de juiste inwoners terecht komen, werken we samen met de organisaties Sam& voor alle kinderen en Rotterdamse Uitdaging. Zij weten welke Rotterdammers hulp kunnen gebruiken en hoe ze te bereiken. In totaal hebben we afgelopen jaar 1.084 gratis toegangstickets weggegeven. Door de verkoop van de Rotterdam City Card te koppelen aan deze goede doelen zorgen we er samen voor dat iedereen, verspreid over de hele stad, kan profiteren van toerisme.

Climate Adaptive Urbanism als verhaallijn

Climate Adaptive Urbanism is een verhaallijn waar we, ingegeven door de ontwikkelingen in de stad, sinds 2024 steviger op inzetten. In november hebben we vervolg gegeven aan deze verhaallijn door een meerdaagse persreis te organiseren met als directe nieuwsaanleiding de opening van SAWA, een circulair en houten woongebouw van mei architecten. Daarnaast was er aandacht voor M4H, De Urbanisten, de Internationale Architectuur Biënnale Rotterdam en stadsprojecten van Gemeente Rotterdam.



Ook bezochten we de nieuwe start-up Stadsgroend. Dit bedrijf maakt circulaire bakstenen van afgegraven grond in Rotterdam.

Bijzonder was dat de organisatie van Utopian Hours, een congres op gebied van Urban Planning dat in mei 2026 in Rotterdam plaatsvindt, ook aanschoof bij persreis. Hierdoor kregen zij een beter beeld van de projecten in Rotterdam die aansluiten bij het congres en hadden zij de kans om contact te leggen met de aanwezige architectuurpers. Architectuur is als thema niet alleen belangrijk voor bezoekers of een aanleiding voor een persreis. Het speelt ook een belangrijke rol in onze strategische acquisitie, richting congressen en bedrijven. Deze persreis bracht al deze invalshoeken samen.

Publicaties die naar aanleiding van deze persreis zijn gepubliceerd zijn onder andere:

- [Vertical Timber Construction: SAWA Opens in Rotterdam](#)
- [Aus dem rauhen Rotterdam ist ein Labor für urbane Transformation geworden - STIMME.de](#)
- [SAWA is the timber building in Rotterdam by Mei Architects and Planners](#)
- [What Architects, and Everyone Else, Can Learn From Rotterdam | Features | Archinect](#)



Giftshop Love Rotterdam. Gifts, Food & More.

Naast Rotterdam Tourist Information op Rotterdam Centraal zit onze giftshop 'Love Rotterdam. Gifts, Food & More', waar unieke cadeaus en lokale producten van Rotterdamse makers en ontwerpers verkrijgbaar zijn. Van kunstzinnige creaties en ambachtelijke lekkernijen tot trendy modeaccessoires.

Gastvrije ontvangst van bezoekers op vaste en flexibele plekken

Voor de gastvrije ontvangst van bezoekers informeren en inspireren we vanuit twee fysieke locaties: Rotterdam Tourist Information op Rotterdam Centraal en in Hoek van Holland bij metrostation Hoek van Holland Haven. Onze cityhosts staan klaar met persoonlijk advies en praktische tips. Bezoekers kunnen hier terecht voor tickets voor tours, musea en evenementen. Daarnaast zetten we onze medewerkers in als havenhosts in Port Pavilion in het centrum, het haveninformatiecentrum van Havenbedrijf Rotterdam.

Op drukke dagen in de stad zijn wij met onze mobiele infobike zoveel mogelijk aanwezig op de plekken waar bezoekers zijn. Zo staan we aan de voet van de Erasmusbrug bij aankomst van cruiseschepen, zijn we regelmatig te vinden in de buurt van Depot Boijmans Van Beuningen en verwelkomen we zakelijke bezoekers bij congressen in Rotterdam Ahoy, de Doelen en Postillion World Trade Centre. Vooral de gratis Rotterdam City Map om de stad te verkennen en onze persoonlijke tips voor leuke restaurantjes worden zeer gewaardeerd. In totaal hebben wij ruim 245.000 bezoekers fysiek geholpen, zowel op onze vaste locaties als via de mobiele infobike.



“Een echte aanrader voor informatie over wat er te doen is. Je krijgt informatie die is afgestemd op je vraag, inclusief een gratis stadsplattegrond en tips van insiders.”

- Google review van Mia-June Schöntal over Rotterdam Tourist Information op Rotterdam Centraal

ROTTERDAMSE ONDERNEMERS

& INSTELLINGEN



ONZE STRATEGIE

Connect to Rotterdam & Partners

Alles wat we doen, doen we samen met onze partners. Van het maken van bidboeken tot het opzetten van marketingcampagnes, van beursbezoeken tot handelsmissies en van persontvangsten tot site-inspecties. Zonder sterke samenwerkingen kunnen we ons werk niet doen. Zonder partners, geen Rotterdam Partners. Zo simpel is het. Een groot deel van onze samenwerkingspartners is verbonden aan ons partnermodel 'Connect to Rotterdam & Partners'. Samen werken we aan de internationale marketing en acquisitie van Rotterdam en de gastvrije ontvangst van bezoekers. Denk hierbij aan attracties, musea, horecagelegenheden, podia, evenementenbureaus, vervoerders, hotels, venues, aanbieders van congres- en eventservices, Professional Congress Organisers, regionale Destination Marketing Organisations en brancheverenigingen. We zetten ieder jaar in op uitbreiding van dit partnernetwerk en het is dan ook een groeïende club van organisaties uit de regio die zich verbonden voelt met onze gezamenlijke missie om de stad vooruit te brengen. Door de fee die partners jaarlijks aan ons betalen, kunnen wij Rotterdam internationaal nóg beter voor het voetlicht brengen. Meer exposure, extra bezoekers, daar profiteert uiteindelijk de hele stad van.

Internationalisering Rotterdamse bedrijfsleven

Bedrijven uit onze regio lopen figuurlijk vaak tegen de Nederlandse grenzen aan. Ze willen groeien, maar ons land is daarvoor te klein. Zaken doen in het buitenland biedt mogelijkheden, maar waar begin je? Rotterdam Partners ondersteunt ondernemers bij hun internationale groeiambities. Mede door het Trade Relations Programma van Trade & Innovate NL weten we waar de behoefte ligt van bedrijven in Rotterdam en regio. Trade and Innovate NL bestaat uit 12 regionale en nationale partnerorganisaties: de regionale ontwikkelingsmaatschappijen, de grote steden en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland. Samen bundelen we onze kennis en netwerken om Nederlandse ondernemers te ondersteunen met internationale ambities.





Het doel van het Trade Relations Programma is om kansen te signaleren en ondernemers handvatten te bieden bij hun uitbreiding naar het buitenland. Concreet houdt het programma in dat onze collega's jaarlijks zo'n 100 bedrijven uit de regio Rotterdam spreken om te polsen bij welke kansen zij hulp nodig hebben. De uitkomsten uit deze gesprekken helpen ons mede te bepalen welke instrumenten we inzetten, welke beurzen we aanwezig zijn, welke handelsmissies we organiseren ten behoeve van internationalisering (trade) en op welke sector-marktcombinaties we meerjarige programma's ontwikkelen. De impact van onze trade activiteiten voor de stad is een sterker en weerbaarder Rotterdams bedrijfsleven en versterking van de lokale ecosystemen. De bedrijven die we helpen uitbreiden genereren omzet in het buitenland, wat leidt tot investeringen en werkgelegenheid in Rotterdam.

In de gemeenschappelijke aanpak staat een meerjarige programmering voor een bepaalde sector richting een bepaalde doelmarkt voorop. De sectoren die we bedienen sluiten bijna allemaal aan bij de focussectoren van Rotterdam en regio. Een groot gedeelte bedienen we in nauwe samenwerking met de regionale ontwikkelmaatschappij InnovationQuarter zodat zoveel mogelijk ondernemers uit Rotterdam en regio geholpen kunnen worden.

Daarnaast werken we nauw samen met de verschillende voor de sectoren relevante brancheorganisaties. Eén van de middelen die we daarvoor inzetten zijn handelsmissies waarbij we met een groep bedrijven binnen een bepaalde sector afreizen naar een doelmarkt. De doelstelling is dit zoveel mogelijk meerjarig vorm te geven, zodat de bedrijven langjarige relaties opbouwen en hiermee een grotere kans van slagen realiseren. Elk jaar worden ook missies geleid door een Rotterdamse bestuurder zoals de burgemeester of wethouder. Dit opent deuren die normaal gesloten blijven en versterkt de banden met de betreffende locaties enorm. De samenwerking met de afdelingen Stadsontwikkeling/Economie en Public Affairs/Internationaal van de gemeente Rotterdam is hiervoor cruciaal.

EEN AANTAL HOOGTEPUNTEN

Marketing Talent Award als sprinkplank

Samen met het brede netwerk traptten we het jaar goed af tijdens onze Nieuwjaarsreceptie in de Kunsthall. Hoogtepunt van dit jaarlijkse event is de uitreiking van de Marketing Awards Rotterdam. De Marketing Award 2024 ging naar RiF010 als nieuwe revolutionaire stadsicoon. Bio-designer Ermi van Oers was de winnaar van de Talent Award 2024, zij realiseerde Het Park van Morgen en POND met haar bedrijf Nova Innova. De uitreiking van de awards kreeg aandacht in lokale media, zoals in De Havenloods en AD Rotterdam. Als winnaar van de Talent Award hebben we Ermi van Oers bovendien een podium kunnen geven tijdens Future Affairs en binnen de nationale samenwerking New Dutch. Ook kreeg zij de kans om te netwerken met de Rotterdamse business community tijdens het Red Carpet Dinner. Op deze manier geven we talent in de stad een extra duwtje in de rug.

Partnernetwerk groeit met 51 partners

In 2025 stond bestendinging en verdere groei van het partnernetwerk 'Connect to Rotterdam & Partners' centraal. We sloten het jaar af met in totaal 236 partners. Hiervan zijn 187 partners werkzaam in de bezoekerseconomie (leisure, horeca, MICE, hotels). Nieuwe partners die we hebben mogen verwelkomen zijn onder meer Baanhof, Fun Forrest, Heineken Gebouw Rotterdam, Kunstfabriek, Le Marin Hotel Rotterdam City, Morgan & Mees, Multimulti, Natuurhistorisch Museum Rotterdam, Old Scuola, Pegasus Events, Savor&Nosh, Stena Line, Stichting Zwaanshalskwartier en Van der Linde Food-Catering-Events. De overige 49 partners zijn business partners en zakelijke serviceproviders (gezondheidszorg, huisvesting, belastingen, verzekeringen etc) waar we vanuit Rotterdam International Center mee samenwerken. Nieuwe partners zijn onder andere Easy Nuts, Expat Health Clinic, ING Bank, Mondzorg Erasmus B.V., OHRA Zorgverzekeringen en RSH | Relocation and Immigration Services. Bekijk een overzicht van alle partners op onze website.

Voor de Nieuwjaarsreceptie maakten we **een video** waarin partners aan het woord kwamen over onze rol in de stad, onze toegevoegde waarde en de samenwerking, in het kader van 10 jaar Rotterdam Partners.





“Buiten dat wij het heel belangrijk vinden om met andere Rotterdamse partners onze krachten te bundelen, vind ik het persoonlijk ook heel leuk om te netwerken met andere partners. Elke keer leer je weer nieuwe mensen kennen en kun je informeel sparren over samenwerkingen.”

– Vessel 11

Workshops en kennissessies voor onze partners

Als dé partnerorganisatie in de stad verbinden wij verschillende doelgroepen aan elkaar en brengen wij ons netwerk graag bij elkaar. Hiervoor faciliteren wij een exclusieve netwerkkapp voor onze partners. Daarnaast zijn partnerevents een belangrijk onderdeel van ons Partnerplan met als doel te inspireren en onze partners in kleinschalige setting de kans geven de verbinding te zoeken met elkaar.

In 2025 organiseerden we 10 workshops en kennissessies rondom verschillende thema's. Zoals een strategische sessie op directieniveau in De Kuip Rotterdam en een interactieve workshop voor de MICE-partners in Postillion WTC Rotterdam om te sparren hoe we met Convening EMEA een blijvende indruk konden achterlaten als stad. Tijdens Trend Tuesday in het Heineken Gebouw Rotterdam namen we de partners mee in de trends en ontwikkelingen in Rotterdam en bij de Rotterdam Experience workshop voor frontofficemedewerkers en hospitality hosts bij Room Mate Bruno deelden we onze praktische tips en tools voor een warm welkom van bezoekers. Een van de drukst bezochte partnerevents was de workshop De impact van AI op marketing i.s.m. The Young Digitals in het Dutch Pinball Museum, voor marketingmedewerkers van onze partners. Alle events werden met een gemiddelde waardering van een 8 goed beoordeeld.

Naast deze events organiseerden we begin september onze jaarlijkse Back to Work borrel bij OASE Rotterdam. Samen met ruim 150 partners blikten we terug op de zomer, wisselden we ideeën uit voor het najaar en werd er volop genetwerkt. Ditmaal hebben we de synergie opgezocht door het hele netwerk uit te nodigen. Ook hebben we een pre-event georganiseerd waarbij de nieuwe partners met elkaar en met ons konden kennismaken in een informele setting.

Toekomstmakers in de spotlights tijdens tweede editie Future Affairs

Door ons werk houden we altijd de vinger aan de pols van wat er speelt in de stad. Dit stelt ons bijvoorbeeld in staat om journalisten vroegtijdig te betrekken bij ontwikkelingen, zodat zij hierover kunnen publiceren op het juiste moment. Veel van onze stakeholders zijn ook enorm geïnteresseerd in deze nieuwe ontwikkelingen. Om hen te informeren, onderlinge samenwerkingen te bevorderen en onze kennis van de stad te delen, organiseren we de jaarlijkse talkshow Future Affairs. De tweede editie in Nieuwe Instituut was gericht op innovatieve en circulaire initiatieven. Schrijver en presentator Ernest van der Kwast ging in gesprek met afgevaardigden van BlueCity, Biosphere Solar, SAWA, Paebbl, Nova Innova en Rotterdam Urban Winery, die ieder op hun eigen manier werken aan een duurzamere wereld. De avond werd afgesloten met de exclusieve primeur dat het klimaatgebouw Shift Landmark in onze stad gaat vestigen. Alle internationale architecten die meedoen aan de competitie waren aanwezig. Bekijk de aftermovie voor een sfeerimpressie van dit event.

Sneak Peek: The Future of Rotterdam

Rotterdam is altijd in beweging en ontwikkelt zich op imposante wijze. Om dit zichtbaar te maken voor al onze doelgroepen en in te zetten voor onze acquisitie, ontwikkelden we samen met Hunted.Agency de video 'The Future of Rotterdam'. In deze video nemen we iedereen mee op een energieke rondvlucht langs een selectie van de meest invloedrijke ontwikkelingsprojecten die onze stad de komende 10 tot 15 jaar zullen verrijken. Veel van deze projecten zijn ontworpen door Rotterdamse studio's zoals MVRDV, OMA, De Urbanisten, Powerhouse Company, LOLA Landscape Architects, Barcode Architects, Kraaijvanger Architects en ZUS [Zones Urbaines Sensibles]. Dat er veel interesse is blijkt uit de bijna 22.500 views en meer dan 600 reacties die de video kreeg op LinkedIn.

De video is zeker geen volledig overzicht, maar geeft een impressie van de ontwikkelingen binnen ons vakgebied en van de ingrijpende transformatie die de gebouwde omgeving van Rotterdam te wachten staat. Van drijvende parken, getijdenparken en openbare gebouwen tot hotels, culturele ruimtes en musea. Mensen maken de stad, maar deze projecten bepalen de toekomst ervan.





“De sterke inzet van de Gemeente Rotterdam voor haar jonge innovatieve bedrijven is een echte kans. De missies georganiseerd door Rotterdam Partners geven ons toegang tot een hoog niveau van contact en stellen ons in staat om nieuwe projecten te initiëren met internationale spelers.”

– Value Maritime

Rotterdam versterkt maritieme positie tijdens handelsmissie naar Singapore

Ook in 2025 hebben we weer een aantal grote handelsmissies georganiseerd om Rotterdamse bedrijven te helpen bij hun internationale ambities. Zo organiseerden we in maart, samen met InnovationQuarter en Gemeente Rotterdam, een handelsmissie naar Singapore, gericht op slimme en duurzame scheepvaart. De missie werd geleid door wethouder Robert Simons. Met een delegatie van 13 maritieme startups en scale-ups, waaronder Platform Zero, Value Maritime en AquaSmartXL, werd ingezet op kennisuitwisseling en samenwerking rond digitalisering en energietransitie. Gedurende de week ontmoetten de bedrijven belangrijke spelers uit het maritieme ecosysteem van Singapore. Zo bezochten we bedrijven als PIER71™, PSA Singapore, de Singapore Shipping Association en het Global Centre for Maritime Decarbonisation. Ook brachten we een bezoek aan het Rotterdamse bunkeringsbedrijf Advario in Singapore, dat actief bijdraagt aan de vergroening van de sector.

Een van de hoogtepunten van de missie was de sessie *Dutch Maritime Value Chain: Driving Innovation & Sustainability* tijdens het event Sea Asia 2025, waar de Nederlandse bedrijven hun innovaties pitchten aan een groot internationaal publiek.

Deelnemers waardeerden de handelsmissie met een 9+ en mede naar aanleiding van deze reis hebben drie Nederlandse bedrijven een vestiging geopend in Singapore.

World Hydrogen Summit & Exhibition

's Werelds toonaangevende jaarlijkse evenement voor de waterstofsector, dat internationale bedrijven uit die sector, overheden en investeerders samenbrengt om de energietransitie te versnellen. Meer dan 10.000 bezoekers uit meer dan 100 landen kwamen naar Rotterdam Ahoy voor een driedaagse conferentie, grootschalige expositie, technische sessies, de uitreiking van de World Hydrogen Awards en locatiebezoeken aan waterstofprojecten in de haven. Tijdens het event hebben we diverse delegaties ontvangen. Sommige delegaties kwamen om te verkennen en sommige kwamen als onderdeel van meerjarige programma's als Partners for International Business programma 'The green energy corridor Chile-the Netherlands' en het Green Ports Partnership met Brazilië. In samenwerking met Gemeente Rotterdam en InnovationQuarter organiseerden we een ontbijtsessie. Centraal stond het aanhaken bij regionale waterstofontwikkelingen en onderdeel worden van het groeiende ecosysteem in de regio Rotterdam.

World Expo 2025 Osaka: Nederland op de wereldkaart gezet

Van 13 april tot en met 13 oktober 2025 vond de World Expo 2025 Osaka in Japan plaats. Miljoenen bezoekers uit alle hoeken van de wereld kwamen samen om ideeën te delen, culturen te ervaren en te discussiëren over de grote uitdagingen waar onze wereld voor staat. Nederland nam deel met een eigen paviljoen: een visitekaartje voor Nederlandse innovaties op het gebied van de energietransitie, klimaat, tuinbouw, voedsel en cultuur. Er werden allerlei evenementen georganiseerd voor en door Nederlandse sectoren en er was de mogelijkheid om kennis en ideeën uit te wisselen. De Rotterdamse aanwezigheid op het gebied van waterstof en offshore windenergie benadrukte hoe Nederlands' expertise op dit gebied wereldwijd relevant wordt.





We hebben de expo bezocht als deelnemer in een hortireis (gespecialiseerde reis gericht op de tuinbouwsector) en als mede-organisator van de Offshore wind en Hydrogen handelsmissie. Via deze missie hebben we zo'n 25 Nederlandse bedrijven ondersteund bij het betreden van de Japanse markt. Voorafgaand was er een intensief programma in Tokyo waarbij we burgemeester Carola Schouten als boegbeeld voor de Rotterdamse economie hebben kunnen inzetten. De dagen in Tokyo waren gevuld met investeerdersbezoeken die we samen met Havenbedrijf Rotterdam en Netherlands Foreign Investment Agency organiseerden. Ook hebben we een mooie Rotterdam Japan Club alumni-avond georganiseerd.

Bezoek Indiase delegatie voor duurzame tuinbouwsamenwerking

Rotterdam Partners is een van de coördinatoren van het driejarige Partners for International Business HortiRoad2India, een publiek-private samenwerking tussen Nederlandse tuinbouwbedrijven en Indiase investeerders en tuinders. In 2025 ontvingen we in het kader van dit programma een Indiase delegatie. Dit deden we samen met onze partners InnovationQuarter, Dutch Greenhouse Delta, de Nederlandse ambassade in India en Rijksdienst Voor Ondernemend Nederland. De Indiase delegatie werkt samen met Nederlandse bedrijven aan de ontwikkeling van duurzame businesscases voor het telen van kwalitatieve, pesticidevrije groenten en fruit in India. Het doel van deze missie was het Nederlandse hightech tuinbouwecosysteem laten zien en de samenwerking met Indiase partners versterken. Door Nederlandse kennis, technologie en ondernemerschap te koppelen aan snelgroeiende markten zoals India, creëren we nieuwe economische kansen en versterken we het internationale profiel van Rotterdam.

Projecteigenaren van het Indiaanse Sandhu Greens en Fresh2Day tekenden eerder een intentieverklaring en maakten tijdens dit bezoek belangrijke stappen richting de realisatie van de eerste kasprojecten in India. Daarnaast vonden er werkbezoeken plaats aan onder andere Westlandse Aardbei, Koppert Cress en Wageningen Plant Research in Bleiswijk.