

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 224

Vragen van het lid **Von Martels** (CDA) aan de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat over *het bericht «En het Songfestival gaat naar... Rotterdam!»* (ingezonden 2 september 2019).

Antwoord van Staatssecretaris **Keijzer** (Economische Zaken en Klimaat) (ontvangen 2 oktober 2019).

#### Vraag 1

Bent u bekend met het bericht «En het Songfestival gaat naar... Rotterdam!»?<sup>1</sup>

#### Antwoord 1

Ja.

#### Vraag 2, 3 en 4

Hoe gaat u invulling geven aan de aangenomen motie-Von Martels van 29 mei 2019 (Kamerstuk 26 419, nr. 76) over mogelijkheden om Nederland extra te presenteren bij het Eurovisie Songfestival, nu de locatie van het Songfestival bekend is?

Hoe kunt u bevorderen dat hierbij, in lijn met de aangenomen motie-Von Martels van 29 mei 2019 (Kamerstuk 26 419, nr. 77) over duurzaam kwaliteits-toerisme als norm, de diverse sterke kanten van Nederland, bijvoorbeeld op het gebied van innovatie en cultuur, zo goed mogelijk kunnen worden gepresenteerd en hoe belangrijke sectoren, zoals het toerisme en de creatieve industrie, kunnen worden ondersteund?

Op welke wijze(n) gaat u daarbij de stad Rotterdam, de regio en andere partners betrekken?

#### Antwoord 2 en 3 en 4

Het Eurovisie Songfestival 2020 biedt een uitgelezen kans om de unieke kanten van Nederland te belichten. De Nederlandse organisatie van het Songfestival heeft al uitgesproken met deze 64<sup>e</sup> editie te willen verrassen en Nederland op diverse innovatieve manieren te willen presenteren. De organisatie noemt hierbij onder andere het innovatieve, creatieve en inclusieve karakter van Nederland.

<sup>1</sup> Algemeen Dagblad, 30 augustus 2019, <https://www.ad.nl/show/en-het-songfestival-gaat-naar-rotterdam~a9f8ddd/>.

In deze eerste periode na de bekendmaking van de locatie is het aan de projectorganisatie van NPO/AVROTROS/NOS en EBU (European Broadcasting Union) om samen met de gemeente Rotterdam concreter invulling te geven aan de plannen. Via een creatief proces met betrokkenheid van vertegenwoordigers uit alle geledingen van de Nederlandse samenleving wil de organisatie een concept voor het Songfestival neerzetten dat Europa zal verrassen. Dit proces vindt plaats in afstemming met andere belanghebbenden en partners, waaronder ook rijkspartners. Wanneer de creatieve opzet en inhoudelijke plannen verder zijn uitgekristalliseerd, komen ook de kansen die het evenement Nederland biedt en gerichte vragen voor ondersteuning beter in beeld.

De tot nu toe gepresenteerde aanpak sluit goed aan bij de vernieuwing van de *branding* van Nederland die momenteel onder coördinatie van het Ministerie van Buitenlandse Zaken (BZ) wordt ontwikkeld. De insteek van het Songfestival sluit ook goed aan bij de inzet van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC Holland Marketing) die de komende jaren gericht is op het ondersteunen van regio's bij het bestemmingsmanagement en promotie en hierdoor meer gericht is op de unieke kwaliteiten van Nederland en specifieke regio's.

Op dit moment vinden oriënterende gesprekken plaats met de gemeente Rotterdam, de ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, BZ en Economische Zaken en Klimaat, de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO.nl) en NBTC waarbij de insteek is om Nederland zo goed en breed mogelijk te profileren en om zoveel mogelijk Nederlandse ondernemers de kans te geven gebruik te maken van de mogelijkheden die het evenement biedt. Van mijn ministerie is hiervoor via RVO.nl en NBTC de kennis en expertise beschikbaar, bijvoorbeeld als het gaat om de ondersteuning van side-events voor ondernemers, kennis van promotie, buitenlandse markten en gasten.