

Floriade 2022 en regio Gooi en Vechtstreek

Kosten en effecten inzending of aanhaken op kansen

Rotterdam, 4 juli 2018



Floriade 2022 en regio Gooi en Vechtstreek

Kosten en effecten inzending of aanhaken op kansen

Michel Briene

Thijs Fikken

Abco van Langevelde

Rotterdam, 4 juli 2018

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1 Inleiding	9
1.1 Aanleiding	9
1.2 Inkadering	9
1.3 Leeswijzer	10
2 Toelichting plannen	11
2.1 Inleiding	11
2.2 Huidig economisch beeld	11
2.3 Plaatsbepaling en ontwikkelingen toeristisch-recreatieve sector	12
2.4 Toelichting alternatieven	13
2.4.1 Inzending/ deelname aan Floriade 2022	13
2.4.2 Aanhaken op kansen Floriade 2022	14
3 Kosten en effecten	17
3.1 Inleiding	17
3.2 Kostenraming	17
3.3 Economische effecten	19
3.3.1 Tijdelijke effecten vanwege realisatie voorzieningen	19
3.3.2 Structurele effecten	20
3.4 Breder maatschappelijke effecten	24
3.5 Totaalbeeld	26
4 Bevindingen en conclusies	28
Geraadpleegde bronnen	30
Bijlagen	32
Bijlage 1 Begrippenlijst	33
Bijlage 2 Toelichting Input-output analyse	34

Samenvatting

1. Aanleiding

Floriade Almere 2022

De Floriade van 2022 vindt plaats in het hart van Almere en zal dan gedurende zes maanden naar verwachting rond de 2 miljoen (en liefst meer) bezoekers uit binnen- en buitenland trekken. Voor de regio Gooi en Vechtstreek zijn er ideeën om deel te nemen aan de Floriade middels een inzending. Om deze ideeën verder vorm te geven heeft de regio onlangs door landschapsarchitect Niek Roozen laten onderzoeken welke ontwikkelingen in de regio op het gebied van cultuur, natuur, landschap, toerisme en recreatie een relatie (kunnen) hebben met de ontwikkelingen rondom de Floriade in Almere. Daarnaast wordt in de uitgevoerde analyse ook een doorkijk geboden naar een mogelijke inzending op het Floriade-terrein zelf en wordt een aantal ideeën gelanceerd (vijf showcases), die gerelateerd zijn aan de vijf (in de rapportage) benoemde kwaliteitsplekken in de regio Gooi en Vechtstreek.

Inzicht in kosten en baten wenselijk van deelnemen of alleen aanhaken

Om een beeld te krijgen van de wenselijkheid van de mogelijke inzending op het Floriade-terrein zelf, is een globale (nog niet openbare) kostenraming gemaakt. Door de regio is aangegeven dat toetsing en eventuele ontbrekende aanvulling op deze cijfers wenselijk is. Voor een goede afweging bieden de mogelijke kosten een eerste houvast, maar geven nog geen inzicht of dit opweegt tegen de baten die deelname aan de Floriade genereert versus het niet deelnemen op de Floriade zelf, maar wel aan te haken met het regionale aanbod. In deze rapportage worden de genoemde kosten en effecten in beeld gebracht om daarmee de gevraagde afweging te kunnen maken.

2. Toelichting plannen

Verdere ontwikkeling toeristisch-recreatieve sector biedt kansen

De regio Gooi en Vechtstreek heeft een uitstekende uitgangssituatie om te wonen, te werken en te recreëren. Ondanks de relatief goede uitgangssituatie kent de regio op economisch gebied een aantal belangrijke uitdagingen, waaronder werkgelegenheidskrimp, een relatief lage participatiegraad in vergelijking met de omliggende regio's en een relatief hoge werkloosheid. Verdere ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector in de regio kan een bijdrage leveren om vraag en aanbod op de arbeidsmarkt in Gooi en Vechtstreek beter op elkaar te laten aansluiten. De toeristisch-recreatieve sector vraagt om een relatief laag opleidingsniveau en juist in dit segment is in de regio sprake van de grootste verschillen in vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.

Stimulering toeristisch-recreatieve sector via inzending Floriade of via benutting kansen

Om het toeristisch-recreatieve product in de regio verder te verbeteren zijn verschillende mogelijkheden aanwezig. In deze studie zijn de kosten en effecten van een tweetal mogelijkheden met elkaar vergeleken:

- deelname aan de Floriade (wat zou de aanwezigheid als regio Gooi en Vechtstreek op het Floriade-terrein zelf gedurende een half jaar aan kosten en baten opleveren),
- versus niet deelnemen middels een inzending, maar aanhaken op kansen die de Floriade biedt vanuit ontwikkelingen in de regio zelf.

Deelname aan de Floriade middels een inzending

Voor omvang en ontwikkeling van de inzending zijn verschillende opties beschikbaar. Zo is het denkbaar dat de ontwikkelaar van de Floriade 2022, het gewenste gebouw ontwerpt en bouwt naar aanleiding van een programma van eisen van de deelnemer en dit gebouw verkoopt of verhuurt na 2022. Denkbaar is ook dat de deelnemer het eigen paviljoen bouwt en dit na de afloop van de Floriade verkoopt ten behoeve van de nog te ontwikkelen woonwijk of dit gebouw zelf exploiteert na 2022. Wat oppervlakte betreft kan een hele kavel worden afgenomen of een beperkter deel van de kavel.

Over de concrete inrichting van een eventueel paviljoen en de buitenruimte is nog niet echt nagedacht. Dat is pas aan de orde als de plannen verder vorm hebben gekregen. Daarbij is het denkbaar om te kiezen voor een eenvoudige vormgeving waarbij de kwaliteitsbeelden worden gepresenteerd aan de hand van bijvoorbeeld foto's en ander beschikbaar materiaal op panelen, maar ook andere (en meer spectaculaire) presentatievormen zijn mogelijk.

Aanhaken op kansen Floriade 2022

Indien als regio wordt afgezien van een concrete inzending aan de Floriade komen de noodzakelijke middelen vrij voor alternatieve aanwending. Gelet op de omvang van genoemd bedrag vallen fysieke investeringen buiten de financiële kaders en gaat het vooral om de inzet van (extra) menskracht om een aantal gewenste basisontwikkelingen op het gebied van toerisme en recreatie in de regio te stimuleren en waar mogelijk te versnellen. Op basis van beschikbaar achtergrondmateriaal en een werksessie met vertegenwoordigers uit de regio is een inventarisatie gemaakt van mogelijke kansen die zich in relatie tot de Floriade en de verdere ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector in de regio voordoen.

Als mogelijke kansen zijn de volgende maatregelen geïdentificeerd: inzetten op bootverbindingen Gooi en Vechtstreek/ Almere, uitbreiding van verblijfsaccommodaties in de regio, verbinden van toeristische trekpleisters in de regio, ontwikkelen van arrangementen, opzet van een of meerdere marketingcampagnes en als regio nadrukkelijker aanhaken en inzetten op het onlangs opgerichte Floriade Werkbedrijf.

3. Kostenraming

Raming kosten voor inzending Floriade op basis van opgestelde business case

Om te bezien welke kosten verbonden zijn aan een mogelijke inzending voor de Floriade is een globale business case opgesteld. In deze business case zijn de 3 genoemde modellen doorgerekend, uitgaande van verschillende oppervlakten (een hele kavel, halve kavel en kwart kavel) en uitgaande van een situatie waarbij een paviljoen wordt gehuurd of in eigen beheer wordt ontwikkeld. Uitgaande van de ontwikkeling van een volledige kavel (bruto oppervlakte 1.600 m²) bedragen de kosten rond de 300.000 à 350.000 euro. Uit de opgestelde business case blijkt verder dat de kosten minder dan evenredig dalen bij een afnemend oppervlakte van de kavel. Bij de ontwikkeling van een halve en een kwart kavel dalen de netto kosten grofweg naar respectievelijk 75% en 50% van de kosten van een hele kavel.

Netto-kosten nader bezien

In de opgestelde ramingen zijn (bij eigen ontwikkeling) de mogelijke opbrengsten bij eventuele doorverkoop nagenoeg gelijk verondersteld aan de benodigde investeringskosten. Dat lijkt aan de hoge kant omdat, als het paviljoen eenmaal staat de verkopende partij in een nadelige onderhandelingspositie verkeert. Er zijn bovendien meer paviljoens die een nieuwe bestemming moeten vinden, hetgeen eveneens de onderhandelingspositie zal verminderen. Vraag is ook of een

dergelijk paviljoen courant zal zijn. In de opgestelde ramingen is rekening gehouden met een beperkte kostenpost (circa 60.000 euro) voor de exploitatie en bemensing van het paviljoen. Dit bedrag is laag en alleen mogelijk voor een grotendeels onbemand paviljoen, en er bovendien geen of nauwelijks kosten worden gemaakt voor bijvoorbeeld hospitality. Om de meerwaarde van een mogelijke inzetting te vergroten is het naar ons idee wenselijk om voor dit onderdeel meer middelen te reserveren om daarmee ook beter en gericht te kunnen inspelen op het in het paviljoen aanwezige bezoek. Uitgaande van een gemiddelde bezetting van 2 à 3 personen gedurende een half jaar en aanvullende kosten voor hospitality gaat het al snel om een bedrag van 150.000 à 225.000 euro.

Indien met bovengenoemde zaken rekening wordt gehouden zal het daadwerkelijke bedrag hoger moeten liggen in vergelijking met de uitkomsten van de business case. In de uitgevoerde analyse is uitgegaan van een indicatief bedrag van grofweg 500.000 à 750.000 euro.

4. Vergelijking kosten en effecten per alternatief

In navolgende tabel zijn de kosten en effecten van de onderscheiden alternatieven en de referentiesituatie samengevat. Omwille van duidelijkheid zijn de kosten en (kwalitatief) aangeduide effecten geclassificeerd op basis van een drietal kleuren. Per kleur geldt de volgende betekenis:

	De kleur rood is gebruikt voor situaties waarbij (additionele) kosten worden gemaakt en voor situaties aan de effectenkant waar het betreffende effect zich niet voordoet of niet relevant is.
	Situaties waarbij effecten in beperktere mate optreden in vergelijking met het andere alternatief.
	Situaties waarbij geen additionele kosten worden gemaakt en voor situaties aan de effectenkant waar het betreffende effect zich voordoet .

In referentiesituatie ontbreken additionele kosten en effecten

De tabel laat zien dat in de **referentiesituatie** weliswaar geen additionele kosten worden gemaakt, maar daardoor eveneens effecten ontbreken die leiden tot een verdere versterking van de toeristisch-recreatieve sector in de regio. In relatie tot de Floriade zijn er wel mogelijkheden voor met name de aanbieders van verblijfaccommodaties om (ook zonder aanvullende investeringen van de regio) extra omzet te genereren. Dit kan door hogere bezettingsgraden als daarvoor capaciteit is en door verhoging van de prijzen. Het huidige aanbod in Flevoland is immers zeer beperkt waardoor bezoekers aan de Floriade die dit combineren met een meerdaags verblijf in belangrijke mate (afhankelijk van de beschikbare capaciteit) ook zijn aangewezen op logiesaccommodaties in de omliggende regio's.

Effecten deelname Floriade middels inzending

Aan het alternatief waarin wordt gekozen voor een **inzending op de Floriade** zijn uiteraard (additionele) kosten verbonden, maar dit levert ook extra exposure op en zorgt vanwege het heldere en eenduidige (tussendoel) ook voor meer draagvlak, samenwerking en samenhang. Omdat het huidige toeristisch-recreatieve product nog verder moet worden ontwikkeld in de regio is het economische effect (in termen van extra bezoek en daarmee samenhangende bestedingen en werkgelegenheid) voor dit alternatief beperkt.

Effecten alternatief "aanhaken op kansen"

Op economisch vlak scoort het alternatief "**aanhaken op kansen Floriade**" beter. Verzilpering van deze kansen kan al op korte termijn vorm krijgen, maar denkbaar is ook om een langere aanlooptijd te nemen die kan doorlopen tot na afloop van de Floriade. Vanuit dit perspectief is genoemd alternatief in vergelijking met een inzending aan de Floriade dus ook flexibeler. Net als bij een inzending zal dit alternatief ook leiden tot een verbreding van de gemeenschappelijke basis in de

regio. De daarbij ingezette maatregelen hoeven echter niet één op één aan de Floriade zelf te worden gekoppeld.

Tabel 0.1 Totaal overzicht kosten en effecten

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Kosten			
	Investerings	Geen additionele middelen beschikbaar	€ 500.000 à € 750.000
	Fasering	n.v.t.	2021/ 2022
			flexibel
Baten			
Econ. effecten	Tijdelijke effecten (werkgelegenheid)	Geen additionele middelen beschikbaar	7 à 9 fte
	Combinatiebezoek op zelfde dag als Floriade	Niet/ nauwelijks relevant vanwege relatief lange verblijfsduur aan Floriade zelf	Niet/ nauwelijks relevant vanwege relatief lange verblijfsduur aan Floriade zelf
	Vervolgbezoek op later tijdstip gedurende verblijf of daarna	Kwaliteit huidige aanbod in relatie tot concurrerend aanbod in verdere omgeving is bepalend	Groot potentieel markt bereik via deelname aan Floriade, maar minder relevante doelgroepen
			Mogelijkheid voor gerichtere inzet marketingcampagnes. Toename effectiviteit in combinatie met productontwikkeling
	Gebruik logiesaccommodaties	Baat hangt af van (huidige) beschikbaarheid en aansluiting vraag en aanbod	Baat hangt af van (huidige) beschikbaarheid en aansluiting vraag en aanbod
			Inzet stimuleringsmaatregelen vergroot opbrengstenpotentieel
	Mogelijkheden voor rechtstreeks genereren van opbrengsten	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Niet aanwezig door opzet en formule Floriade
			Aanwezig, afhankelijk van benutting kansen
	Mogelijkheden voor productontwikkeling	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Geen productontwikkeling. Inzending Floriade is eenmalig.
			Aanwezig, invulling afhankelijk van benutting kansen
	Besparingen andere beleidsvelden	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Mogelijkheden door actieve opstelling regio
			Beperktere mogelijkheden door passieve opstelling regio
Maatschappelijke effecten	Creëren samenhang	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Inzending Floriade als (tijdelijke) katalysator en als stip op de horizon
	Draagvlak en samenwerking	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Meer draagvlak en samenwerking tussen aangrenzende regio's
			Meer draagvlak en samenwerking binnen regio
	Versnelling en synergie	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Versnelling en synergie door inzending Floriade met een tijdelijk karakter
			Versnelling en synergie door gezamenlijke benutting kansen met een structureler karakter

5. Eindoordeel

Hoewel de uitgevoerde analyse laat zien dat deelname aan de Floriade via een inzending op bepaalde vlakken voordelen biedt, verdient het alternatief “aanhaken op kansen Floriade” uiteindelijk de voorkeur. Vooral op economisch vlak scoort laatst genoemd alternatief beter omdat onder andere concreet wordt ingezet op noodzakelijk geachte productontwikkeling in de regio en het opbrengstenpotentieel wordt vergroot. In het door Amsterdam Marketing opgestelde gebiedsplan “Castles & Gardens” wordt onder andere geconstateerd dat het productaanbod in Gooi en Vechtstreek verbetering en ontwikkeling behoeft (hiervoor zijn o.a. de vijf kwaliteitsplekken in de regio benoemd voor verdere ontwikkeling). Inzending via deelname aan de Floriade zorgt weliswaar (boven)regionaal voor meer samenhang, draagvlak en samenwerking, maar dit kan (in andere vorm) ook worden bereikt door aan te haken op de gesignaleerde kansen, waarmee toegewerkt kan worden naar een structureel sterker toeristisch-recreatief aanbod in de regio.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Floriade Almere 2022

De Floriade van 2022 vindt plaats in het hart van Almere. Deze zevende editie van de wereldtuinbouwtentoonstelling staat in het teken van Growing Green Cities en wordt georganiseerd door de gemeente Almere in samenwerking met de Floriade BV, de provincie Flevoland, de Nederlandse Tuinbouwraad en andere partners. Centraal staan urgente vraagstukken die samenhangen met de mondiale verstedelijking, zoals voedselvoorziening, klimaatverandering en energiewinning. De Floriade in Almere gaat van start in het voorjaar van 2022 en zal dan gedurende zes maanden naar verwachting rond de 2 miljoen (en liefst meer) bezoekers uit binnen- en buitenland trekken.

Mogelijke inbreng van de regio Gooi en Vechtstreek aan de Floriade

Regio Gooi en Vechtstreek heeft onlangs door landschapsarchitect Niek Roozen laten onderzoeken welke ontwikkelingen in de regio op het gebied van cultuur, natuur, landschap, toerisme en recreatie een relatie (kunnen) hebben met de ontwikkelingen rondom de Floriade in Almere. Daarnaast wordt in de uitgevoerde analyse ook een doorkijk geboden naar een mogelijke inzending op het Floriade-terrein zelf en wordt een aantal ideeën gelanceerd (vijf showcases), die gerelateerd zijn aan de vijf (in de rapportage) benoemde kwaliteitsplekken in de regio Gooi en Vechtstreek.

Inzicht in kosten en baten wenselijk van deelnemen of alleen aanhaken

Om een beeld te krijgen van de wenselijkheid van de mogelijke inzending op het Floriade-terrein zelf, is een globale (nog niet openbare) kostenraming gemaakt. Door de Regio is aangegeven dat toetsing en eventuele ontbrekende aanvulling op deze cijfers wenselijk is. Voor een goede afweging bieden de mogelijke kosten een eerste houvast, maar geven nog geen inzicht of dit opweegt tegen de baten die deelname aan de Floriade genereert versus het niet deelnemen op de Floriade zelf, maar wel aan te haken met het regionale aanbod. Regio Gooi en Vechtstreek heeft aan Ecorys gevraagd om de genoemde kosten en effecten in beeld te brengen om daarmee de gevraagde afweging te kunnen maken. In deze rapportage worden de bevindingen van de uitgevoerde analyse gepresenteerd.

1.2 Inkadering

Vergelijking kosten en baten van verschillende alternatieven

In de uitvraag is aangegeven dat de uit te voeren analyse inzicht moet geven in de (maatschappelijke) kosten en effecten van:

1. **deelname aan de Floriade** (wat zou de aanwezigheid als regio Gooi en Vechtstreek op het Floriade-terrein zelf gedurende een half jaar aan kosten en baten opleveren),
2. versus niet deelnemen middels een inzending, maar **aanhaken op kansen** die de Floriade biedt vanuit ontwikkelingen in de regio zelf (zoals arrangementen, uitbreiden verblijfsaccommodaties, vervoer over het water, etc.).

Alternatieven zo scherp als mogelijk afbakenen

Om tot een goede afweging te komen is het noodzakelijk om de genoemde alternatieven zo scherp als mogelijk af te bakenen. Daarbij moet ook worden nagedacht over de rol van de verschillende partijen. In alternatief 2 is het bijvoorbeeld denkbaar dat de overheid een actieve rol speelt om als regio aan te haken bij de Floriade (bijvoorbeeld door zelf projecten ter hand te nemen of als medefinancier op te treden), maar kan bijvoorbeeld ook worden overwogen om meer ruimte te laten voor de private sector. In hoofdstuk 2 wordt nader ingegaan op de invulling van de alternatieven.

Informatieverzameling

Voor het in beeld brengen van de kosten en effecten is onder andere gebruik gemaakt van de (globale) kostenramingen die al in een eerder stadium zijn opgesteld. Deze ramingen zijn kritisch bekeken en daar waar nodig bijgesteld en aangescherpt.

Voor het in beeld brengen van de effecten is het van belang dat de verschillende denkbare alternatieven in dit stadium nog onvoldoende zijn uitgekristalliseerd en bovendien nog met de nodige onzekerheden zijn omgeven. Om die reden zijn de effecten alleen in kwalitatieve zin in beeld gebracht. Een zuivere optelling van effecten is hierdoor niet mogelijk, maar de onderlinge verschillen tussen de onderscheiden effecten en alternatieven bieden in dit stadium wel voldoende houvast om tot een goede en afgewogen investeringsbeslissing te komen.

1.3 Leeswijzer

- In **hoofdstuk 2** worden de plannen voor een mogelijke inzending van de regio voor de Floriade 2022 toegelicht. Daarnaast wordt bezien welke alternatieven denkbaar zijn indien op een andere wijze wordt ingespeeld op de kansen die de komst van de Floriade 2022 voor de regio biedt. Om de denkbare alternatieven in het juiste perspectief te plaatsen kijken we ook naar het huidige (toeristisch-recreatieve) profiel van de regio en de beleidsmatige context.
- Uitgaande van de beschreven uitgangssituatie en de onderscheiden alternatieven wordt in **hoofdstuk 3** gekeken naar de benodigde investeringen, de daarmee samenhangende economische effecten in termen van werkgelegenheid en de bredere maatschappelijke effecten.
- **Hoofdstuk 4** bevat een overzicht van de belangrijkste conclusies.

Het rapport wordt voorafgegaan door een **samenvatting**. In de **bijlage** zijn nadere detailleringen opgenomen.

2 Toelichting plannen

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de plannen voor een mogelijke inzending van de regio voor de Floriade 2022 (**paragraaf 2.4**). Daarnaast wordt bezien welke alternatieven denkbaar zijn indien op een andere wijze wordt ingespeeld op de kansen die de komst van de Floriade 2022 voor de regio biedt. Om deze kansen te identificeren is onder andere gebruik gemaakt van de beschikbare achtergrondinformatie en de resultaten van een werksessie die met een aantal betrokkenen ter voorbereiding van de studie is georganiseerd.

Om de denkbare alternatieven in het juiste perspectief te plaatsen kijken we allereerst naar het huidige economisch beeld van de regio (**paragraaf 2.2**) en het huidige (toeristisch-recreatieve) profiel van de regio en de ontwikkelingen die zich daarbij voordoen (**paragraaf 2.3**).

2.2 Huidig economisch beeld

Uitstekende uitgangssituatie regio om te wonen, werken en recreëren

De regio Gooi en Vechtstreek heeft een uitstekende uitgangssituatie om te wonen, te werken en te recreëren. De regio heeft een aantrekkelijke en groene uitstraling en is met de centrale ligging tussen Amsterdam, Amersfoort, Almere en Utrecht een belangrijk verbindingspunt in de Randstad. De regio Gooi en Vechtstreek telt op dit moment circa 250.000 inwoners waarvan het merendeel woonachtig is in Hilversum. Naast deze gemeente maken ook Blaricum, Gooise Meren, Huizen, Laren, Weesp en Wijdemeren deel uit van het grondgebied van de regio Gooi en Vechtstreek.

Belangrijke uitdaging is betere benutting economisch potentieel

Ondanks de relatief goede uitgangssituatie kent de regio op economisch gebied een aantal belangrijke uitdagingen. Een belangrijke hierbij is de economische ontwikkeling in de regio die in de afgelopen 15 jaar structureel is achtergebleven ten opzichte van de omliggende regio's en de gemiddelde groei van Nederland. De achterblijvende economische ontwikkeling komt onder andere tot uitdrukking in werkgelegenheidskrimp (gemiddeld verlies van zo'n 1.200 banen per jaar in de afgelopen 15 jaar), een relatief lage participatiegraad in vergelijking met de omliggende regio's en een relatief hoge werkloosheid van 5,5% in 2016¹. Met name onder de laagopgeleiden is de werkloosheid (met 8% in 2017) aanzienlijk.

De onderzoekers constateren dat er sprake is van onbenut economisch potentieel dat verzilverd kan worden als het regionale vestigingsklimaat versterkt wordt. Zonder aanvullend beleid zal het onbenut potentieel in de nabije toekomst nog verder kunnen toenemen. Zo is sprake van toenemende vergrijzing en staat de, van oudsher sterk in de regio aanwezige mediasector al langer onder druk als gevolg van bezuinigingen, digitalisering en globalisering. Om de economische condities te verbeteren is een gezamenlijke strategie en inspanning van betrokken overheden noodzakelijk.

Verdere ontwikkeling toeristisch-recreatieve sector biedt kansen

Verdere ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector in de regio kan een bijdrage leveren om vraag en aanbod op de arbeidsmarkt in Gooi en Vechtstreek beter op elkaar te laten aansluiten. De

¹ Zie Utrecht Economisch Beeld: Gooi en Vechtstreek

toeristisch-recreatieve sector vraagt om een relatief laag opleidingsniveau en juist in dit segment is in de regio sprake van de grootste verschillen in vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.

2.3 Plaatsbepaling en ontwikkelingen toeristisch-recreatieve sector

De regio heeft een uniek karakter door de samenkomst van verschillende landschappen en de nabijheid van Amsterdam en Utrecht. Op toeristisch gebied profileert de regio zich steeds meer als tuin van Amsterdam, met prachtige natuur en recreatieve faciliteiten.

Castles & Gardens of Amsterdam

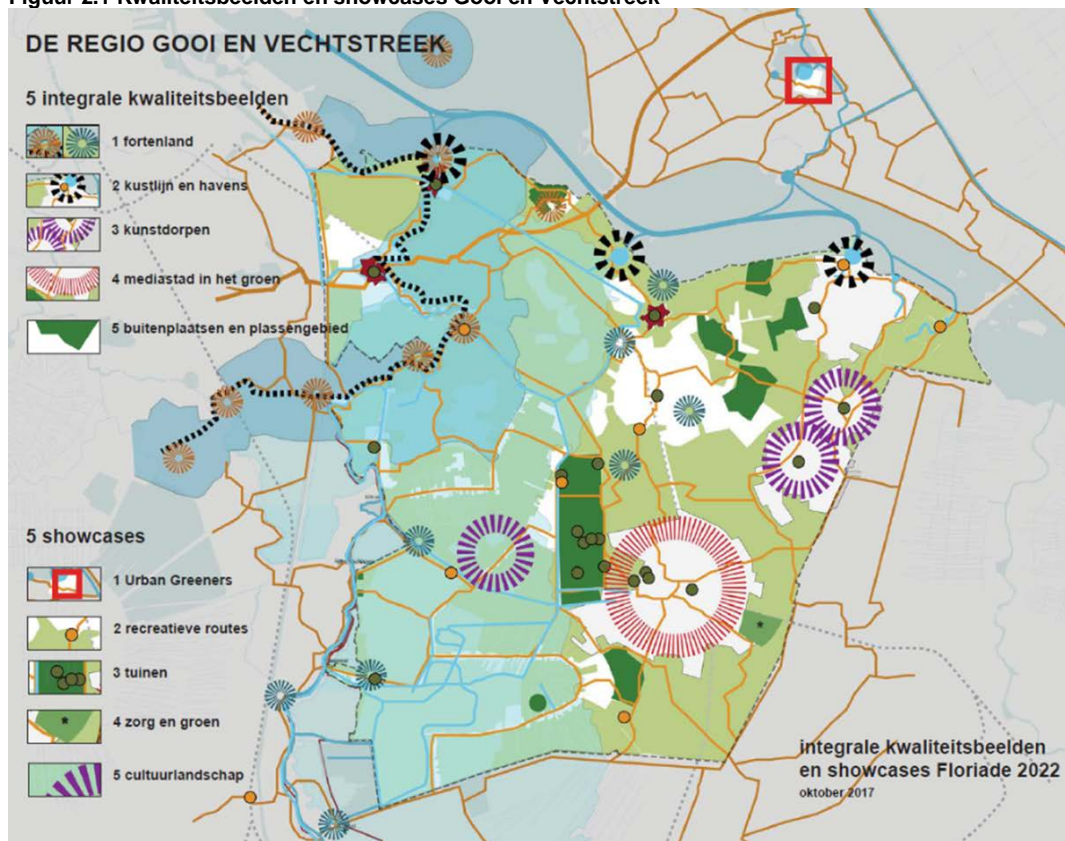
Verdere ontwikkeling van dit potentieel sluit aan bij de wens om de toeristische druk op met name de binnenstad van Amsterdam te verminderen. Om dit te bereiken voert Amsterdam Marketing in opdracht van de overheden in de Metropool Amsterdam, het project "Amsterdam Bezoeken, Holland Zien 2017-2020" uit. Dit project heeft als doel om internationale bezoekers aan Amsterdam te verleiden om ook een bezoek te brengen aan de omliggende regio. Voor Gooi en Vechtstreek wordt hierbij onder andere ingezet op de verdere ontwikkeling van het themagebied "Castles & Gardens of Amsterdam". Om genoemd themagebied verder te ontwikkelen is door Amsterdam Marketing in samenwerking met de regio een gebiedsplan opgesteld². In dit gebiedsplan zijn onder andere kansen en knelpunten benoemd. Daarbij geformuleerde aandachtspunten hebben onder andere betrekking op de bereikbaarheid, het verbeteren van de onderlinge verbindingen binnen het toeristisch-recreatieve product, het opstellen en actualiseren van bijbehorende verhaallijnen en het koppelen van concreet productaanbod aansluitend bij deze verhaallijnen. Met behulp van gerichte acties moet hieraan verder invulling worden gegeven.

Kwaliteitsplekken van Gooi en Vechtstreek

Om het toeristische product van de regio te versterken zijn onlangs vanuit een initiatief uit de gezamenlijke regiogemeenten vijf kwaliteitsplekken benoemd: Fortenland, Kustlijn en havens langs de Zuiderzee, Kunstdorpen, Mediastad en Buitenplaatsen & Plassengebied. Deze vijf kwaliteitsplekken worden gezien als de kern van Gooi en Vechtstreek. Het doel van de regio is om deze kwaliteitsplekken samen met de betrokkenen verder te ontwikkelen zodat de culturele en toeristisch-recreatieve sector in het gebied wordt versterkt. Daarnaast kan de indeling in kwaliteitsplekken de samenwerking verbeteren tussen ondernemers, culturele instellingen en overheid. De stappen die nodig zijn om dit te verwerkelijken zijn nog onduidelijk. In de herfst van 2018 staan inspiratiesessies gepland tussen de verschillende belanghebbende partijen. In deze bijeenkomsten zullen concrete acties worden vastgelegd.

² Amsterdam Marketing (2017), Gebiedsplan Castles & Gardens of Amsterdam.

Figuur 2.1 Kwaliteitsbeelden en showcases Gooi en Vechtstreek



Bron: Niek Roozen/ Regio Gooi en Vechtstreek (22 januari 2018)

Vervolgstappen voor verdere ontwikkeling toeristisch-recreatieve product

Vooruitlopend op de verdere ontwikkeling van de kwaliteitsplekken is in de afgelopen periode concrete actie genomen om de toeristische infrastructuur te verbeteren. De zeven gemeenten hebben daarbij samen met de Regio het beheer en onderhoud van de bewegwijzering van fiets-, wandel- en vaarroutes opgepakt. Dit wordt gedaan in het kader van de ontwikkeling van een Routebureau Gooi en Vechtstreek. Hierbij worden duidelijke uitvoeringsafspraken gemaakt. De Regio coördineert het beheer en onderhoud van de bewegwijzering, en de gemeente voert de dagelijkse werkzaamheden uit. Hiermee is het recreatieve routenetwerk redelijk op orde en kunnen vervolgstappen worden gezet om het toeristisch-recreatieve product in de regio verder te ontwikkelen.

2.4 Toelichting alternatieven

2.4.1 Inzending/ deelname aan Floriade 2022

In de genoemde studie waarbij de kwaliteitsbeelden en showcases in beeld zijn gebracht, is eveneens gekeken hoe een verbinding kan worden gelegd met de Floriade 2022. In deze paragraaf zetten we de belangrijkste bevindingen op een rij.

Beschikbare kavel op Floriadeterrein uitgangspunt van de inzending

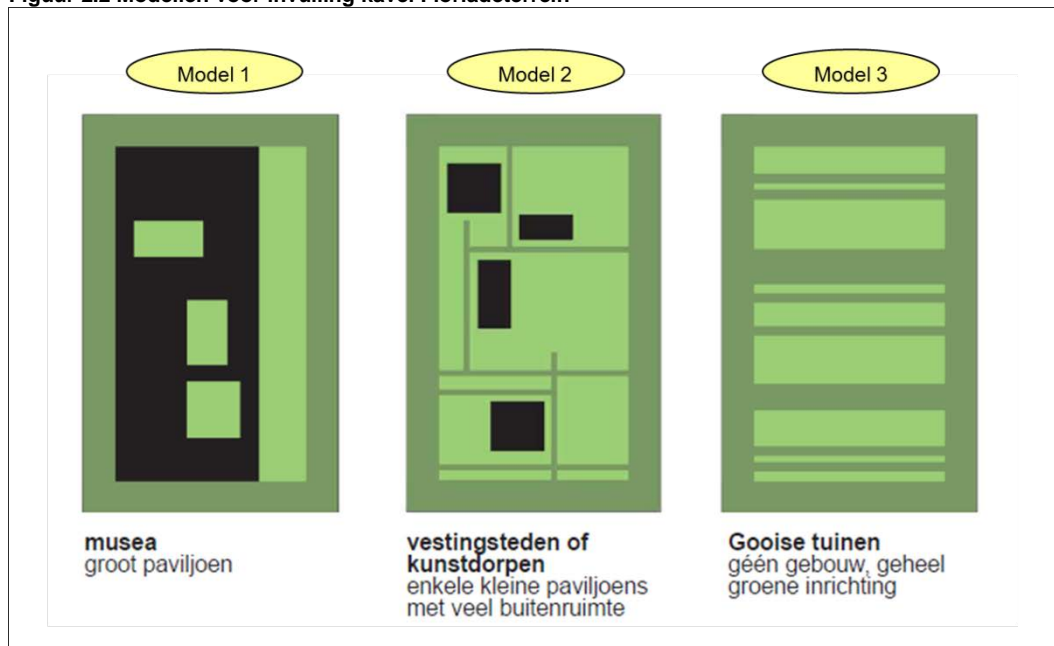
Wat betreft ruimtelijke invulling vormt de Groene Stad filosofie het uitgangspunt voor de gehele Floriade. Om dit te bereiken wordt een groen raamwerk ontwikkeld voor het gehele Floriade terrein met een bijbehorend verkavelingspatroon. Mogelijke inzenders dienen zich te houden aan de geformuleerde uitgangspunten voor de inrichting van de kavel zelf. De beschikbare kavels hebben verschillende afmetingen en zullen allemaal worden voorzien van beplanting die in de randen van de kavel staat en behouden moet blijven.

Modellen voor invulling kavel

Voor de invulling van kavels zijn in de genoemde studie drie modellen ontwikkeld die elk op een eigen manier de kwaliteiten van Gooi en Vechtstreek kunnen weergeven:

- **Model 1** gaat uit van de realisatie van één groot paviljoen, waar de regio zich op basis van de geselecteerde kwaliteitsbeelden en showcases kan presenteren aan het Floriade publiek via een museaal achtige invulling.
- In **model 2** is het grote paviljoen vervangen door meerdere kleinere paviljoens en wordt rekening gehouden met meer buitenruimte.
- **Model 3** gaat uit van een geheel groene invulling en het ontbreken van gebouwen.

Figuur 2.2 Modellen voor invulling kavel Floriadeterrein



Bron: Niek Roozen/ Regio Gooi en Vechtstreek (22 januari 2018)

Omvang en ontwikkelingsvormen

Voor omvang en ontwikkeling van de inzending zijn verschillende opties denkbaar. Zo is het denkbaar dat de ontwikkelaar van de Floriade 2022, het gewenste gebouw ontwerpt en bouwt naar aanleiding van een programma van eisen van de deelnemer en dit gebouw verkoopt of verhuurt na 2022. Denkbaar is ook dat de deelnemer het eigen paviljoen bouwt en dit na de afloop van de Floriade verkoopt ten behoeve van de nog te ontwikkelen woonwijk of dit gebouw zelf exploiteert na 2022. Wat oppervlakte betreft kan een hele kavel worden afgenomen of een beperkter deel van de kavel.

Inrichting paviljoen en buitenruimte

Over de concrete inrichting van een eventueel paviljoen en de buitenruimte is nog niet echt nagedacht. Dat is pas aan de orde als de plannen verder vorm hebben gekregen. Daarbij is het denkbaar om te kiezen voor een eenvoudige vormgeving waarbij de kwaliteitsbeelden worden gepresenteerd aan de hand van bijvoorbeeld foto's en ander beschikbaar materiaal op panelen, maar ook andere (en meer spectaculaire) presentatievormen zijn mogelijk. Uiteraard heeft de wijze van presentatie invloed op de kosten (zie ook hoofdstuk 3).

2.4.2 Aanhaken op kansen Floriade 2022

Indien als regio wordt afgezien van een concrete inzending aan de Floriade komen de noodzakelijke middelen vrij voor alternatieve aanwending. Gelet op de omvang van genoemd bedrag (in hoofdstuk 3 wordt hierop nader ingegaan) vallen fysieke investeringen buiten de

financiële kaders en gaat het vooral om de inzet van (extra) menskracht om een aantal gewenste basisontwikkelingen op het gebied van toerisme en recreatie in de regio te stimuleren en waar mogelijk te versnellen.

Op basis van beschikbaar achtergrondmateriaal en een werksessie met vertegenwoordigers uit de regio is een inventarisatie gemaakt van mogelijke kansen die zich in relatie tot de Floriade en de verdere ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector in de regio voordoen. Onderstaand overzicht biedt een overzicht van gesignaleerde kansen met bijbehorende toelichting.

Tabel 2.1 Overzicht mogelijke kansen regio Gooi en Vechtstreek in relatie tot de Floriade

1	Boot- verbindingen Gooi en Vechtstreek/ Almere	<p>Momenteel wordt een veerdienst onderhouden tussen Huizen, Spakenburg en Almere Haven. Om een bezoek aan de Floriade aantrekkelijker te maken zijn er vanuit Almere plannen om de verbinding uit te breiden onder andere richting Amsterdam. Vanuit de regio kan hierop worden aangehaakt om de totstandkoming van de verbindingen te stimuleren. Hierdoor ontstaat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • voor Almere gedurende de Floriade een toename van de belevingswaarde en daarmee ook het bezoekpotentieel, • ontstaan mogelijkheden voor een betere geleiding van het wegverkeer gedurende de Floriade, • neemt de bereikbaarheid van Gooi en Vechtstreek vanuit Amsterdam toe, hetgeen ook nu en in de verdere toekomst van waarde is om (internationale) bezoekers vanuit Amsterdam te verleiden tot een bezoek aan de regio.
2	Uitbreiding verblijfs- accommodaties	<p>Het aanbod van logiesaccommodaties in Gooi en Vechtstreek, maar zeker ook in Flevoland is beperkt. Uitgaande van cijfers van de Gemeente Amsterdam (2016) zijn er in Gooi en Vechtstreek en Flevoland respectievelijk 920 en 660 hotelkamers. In de gemeente Amsterdam gaat het om een veelvoud daarvan namelijk 32.600 kamers. Naast hotels zijn er nog enkele kleinschalige campings en B&B in Gooi en Vechtstreek aanwezig, maar de capaciteit van deze accommodaties is zeer beperkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Om meer inkomsten uit toerisme te genereren is het noodzakelijk om de bedden capaciteit in de regio daar waar mogelijk uit te breiden al zal dat vanwege o.a. ruimtelijke beperkingen en prijsniveau lastig zijn. De Floriade kan hierbij wel als versneller dienen. • Door de regio kan daarbij in samenspraak met de gemeenten een regionale kansenkaart worden opgesteld om de aanwezige mogelijkheden en potenties voor uitbreiding van de logiescapaciteit inzichtelijk te maken.
3	Verbinden toeristisch- recreatieve trekpleisters	<p>In het "Gebiedsplan "Castles & Gardens of Amsterdam" wordt onder andere geconstateerd dat de onderlinge verbindingen binnen het toeristisch-recreatieve product verbetering behoeven in combinatie met het opstellen en actualiseren van bijbehorende verhaallijnen en het koppelen van concreet productaanbod aansluitend bij deze verhaallijnen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Om dit te bereiken kan onder andere worden ingezet op: het ontwikkelen en organiseren van thematische evenementen en tentoonstellingen in het verlengde van de Floriade (gelet op de huidige aantrekkingskracht en trekkracht kan hierbij onder andere worden gekeken naar combinaties met culturele instellingen).
4	Ontwikkelen arrangementen	<p>In het verlengde van 2 en 3 kunnen arrangementen worden ontwikkeld waarbij verschillende elementen uit het toeristisch-recreatieve aanbod gekoppeld kunnen worden. Hoewel hier primair een taak ligt voor de ondernemers moet de regio ondersteunen in de ontwikkelfase door bijvoorbeeld:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • verhaallijnen te actualiseren of te ontwikkelen, • en (mede) te zoeken naar producten die aan deze verhaallijnen kunnen worden gekoppeld. <p>De Floriade biedt hierbij concrete aanknopingspunten, maar het scala aan mogelijkheden is breder.</p>
5	Marketing-campagne	<p>Een inzending aan de Floriade is min of meer synoniem aan de deelname aan een beurs waarbij het paviljoen of de inzending fungeert als uithangbord voor de regio om daarmee potentiële bezoekers te bereiken. In een andere vorm zijn er echter ook mogelijkheden om een vergelijkbaar effect te bereiken zoals de opzet en invulling van een marketingcampagne. Cruciaal voor de effectiviteit van dergelijke instrumenten is de mate waarin de (potentiële) doelgroep daadwerkelijk kan worden bereikt. Van belang hierbij is dat de Floriade weliswaar veel bezoekers trekt, maar slechts een beperkt deel bestaat uit de doelgroep (potentiële bezoekers aan de regio). Een gerichte marketingcampagne biedt veel meer mogelijkheden om te sturen waardoor ook veel gerichter de juiste doelgroep kan worden bereikt.</p>
6	Floriade werkbedrijf	<p>Randstad, UWV (regio Flevoland) en de gemeente Almere werken samen om ruim driehonderd mensen met afstand tot de arbeidsmarkt (blijvend) aan het werk te helpen met bemiddeling door het Floriade Werkbedrijf (zie ook https://floriade.almere.nl/floriade-werkbedrijf). De samenwerking is gericht op het samenbrengen van werkzoekenden met een uitkering en bedrijven die werk kunnen bieden vanwege alle Floriade gerelateerde bedrijvigheid en economische groei. Met het bedrijfsleven is afgesproken dat een deel van het werk ten gunste gaat komen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. De regio Gooi en Vechtstreek is inmiddels ook aangesloten bij dit initiatief, maar kan de samenwerking nog verder intensiveren. Deelname aan het Floriade Werkbedrijf vraagt om een bijdrage in de voorinvestering, maar levert per saldo ook een (naar verwachting grotere) besparing op.</p>

3 Kosten en effecten

3.1 Inleiding

Voor het maken van een afweging tussen de verschillende alternatieven is het wenselijk om de verschillende kosten op een rij te zetten en vervolgens te kijken naar de effecten die hiermee in gang worden gezet. In dit hoofdstuk wordt op de genoemde kosten en effecten nader ingegaan.

Als basis voor de noodzakelijke kosten wordt in **paragraaf 3.2** gekeken naar de (voorlopige) uitkomsten van de onlangs opgestelde business case. Als wordt afgezien van een inzending aan de Floriade kunnen de vrijkomende financiële middelen alternatief worden aangewend. Hierop aansluitend wordt in respectievelijk **paragraaf 3.3** en in **paragraaf 3.4** gekeken naar de (verschillen) in economische en de bredere maatschappelijke effecten die door de onderscheiden alternatieven in gang worden gezet.

3.2 Kostenraming

Uitkomsten opgestelde business case voor inzending Floriade

Om te bezien welke kosten verbonden zijn aan een mogelijke inzending voor de Floriade is een globale business case opgesteld. In deze business case zijn de 3 genoemde modellen doorgerekend, uitgaande van verschillende oppervlakten (een hele kavel, halve kavel en kwart kavel) en uitgaande van een situatie waarbij een paviljoen wordt gehuurd of in eigen beheer wordt ontwikkeld.

Navolgende tabellen tonen de resultaten uitgaande van de ontwikkeling van een volledige kavel (bruto oppervlakte 1.600 m²). De tabel laat zien dat de (netto-kosten) eenmalig rond de 300.000 à 350.000 euro bedragen. De verschillen tussen de varianten zijn gering.

Tabel 3.1 Kosten inzending Floriade, bij eigen ontwikkeling (hele kavel, x 1000 euro)

Eigen ontwikkeling	Model 1 (groot paviljoen)	Model 2 (meerdere kleine paviljoens)	Model 3 (onbebouwd)
Paviljoen	1272	933	63
Landschap	82	106	82
Inrichting	100	100	100
Exploitatie/ bemensing	60	60	60
Diverse onkosten	40	40	40
Opbrengsten	-1200	-900	0
Totaal	354	339	345

Bron: Niek Roozen (22 januari 2018)

Tabel 3.2 Kosten inzending Floriade, bij huur (hele kavel, x 1000 euro)

Huur	Model 1	Model 2	Model 3 (onbebouwd)
	(groot paviljoen)	(meerdere kleine paviljoens)	
Paviljoen	63	42	0
Landschap	82	123	151
Inrichting	100	100	50
Exploitatie/ bemensing	60	60	60
Diverse onkosten	40	40	40
Opbrengsten	0	0	0
Totaal	345	365	301

Bron: Niek Roozen (22 januari 2018)

Uit de opgestelde business case blijkt verder dat de kosten minder dan evenredig dalen bij een afnemend oppervlakte van de kavel. Bij de ontwikkeling van een halve en een kwart kavel dalen de netto kosten grofweg naar respectievelijk 75% en 50% van de kosten van een hele kavel.

De genoemde kosten bij een mogelijke inzending zullen hoogstwaarschijnlijk vooral door de regio moeten worden betaald. De directe meerwaarde om als individueel bedrijf of als sponsor mee te betalen aan een inzending is vanuit bedrijfseconomisch perspectief hoogstwaarschijnlijk beperkt.

Netto-kosten nader bezien

Bij de genoemde ramingen uit de business case passen een tweetal kanttekeningen: in relatie tot de mogelijke opbrengsten na afloop van de Floriade en in relatie tot de veronderstelde kosten voor exploitatie en bemensing gedurende de Floriade.

- **Opbrengsten paviljoen:** In de opgestelde ramingen zijn (bij eigen ontwikkeling) de mogelijke opbrengsten bij eventuele doorverkoop nagenoeg gelijk verondersteld aan de benodigde investeringskosten. Dat lijkt om verschillende redenen aan de hoge kant. Als het paviljoen eenmaal staat, verkeert de verkopende partij immers in een nadelige onderhandelingspositie. Er zijn bovendien meer paviljoens die een nieuwe bestemming moeten vinden, hetgeen eveneens de onderhandelingspositie zal verminderen. Vraag is ook of een dergelijk paviljoen courant zal zijn. Dat geldt zeker als voor een uitbundige of a-typische vormgeving wordt gekozen. De markt zal toenemen als het paviljoen eventueel kan worden verplaatst. In dat geval moet echter rekening worden gehouden met demontage- en verplaatsingskosten waardoor de netto opbrengsten zullen dalen.
- **Kosten voor exploitatie/ bemensing.** In de opgestelde ramingen is rekening gehouden met een beperkte kostenpost (circa 60.000 euro) voor de exploitatie en bemensing van het paviljoen. Dit bedrag is laag indien er vanuit gegaan wordt dat de Floriade 2022 gedurende 6 maanden, zeven dagen per week, met openingstijden van circa 10.00 uur tot 19.00 à 20.00 uur per dag zal worden opengesteld voor het publiek. Een dergelijk laag bedrag is alleen mogelijk voor een grotendeels onbemand paviljoen, en er bovendien geen of nauwelijks kosten worden gemaakt voor bijvoorbeeld hospitality. Om de meerwaarde van een mogelijke inzetten te vergroten is het naar ons idee wenselijk om voor dit onderdeel meer middelen te reserveren om daarmee ook beter en gericht te kunnen inspelen op het in het paviljoen aanwezige bezoek. Uitgaande van een gemiddelde bezetting van 2 à 3 personen gedurende een half jaar en aanvullende kosten voor hospitality gaat het al snel om een bedrag van 150.000 à 225.000 euro.

Kosten per alternatief

Het daadwerkelijk bedrag dat zal zijn gemoeid met een mogelijke inzending is in dit stadium nog met veel onzekerheden omgeven. Rekening houdend met de uitkomsten van de business case en de geplaatste kanttekeningen gaan we in deze analyse uit van een indicatief bedrag van grofweg

500.000 à 750.000 euro. Voor het alternatief “benutting van kansen” gaan we er omwille van een goede vergelijkbaarheid vanuit dat een zelfde bedrag beschikbaar zal zijn. In de referentiesituatie worden geen additionele middelen voor toerisme en recreatie vrij gemaakt, maar wordt aangenomen dat het beschikbare bedrag ten goede komt aan andere beleidsvelden.

Totaaloverzicht kostenraming en fasering

In navolgende tabel zijn de genoemde bedragen per alternatief op een rij gezet. Daarnaast is aangegeven wanneer middelen moeten worden ingezet. Indien gekozen wordt voor een inzending naar de Floriade zal het bedrag vooral nodig zijn in het jaar dat de Floriade wordt gehouden en in de aanloop van dat jaar om tijdig het gewenste paviljoen te kunnen realiseren. In alternatief 2 is er meer ruimte en kan de inzet van beschikbare middelen meer gespreid (of deels ook na afloop van de Floriade) worden ingezet als dat wenselijk is.

Tabel 3.3 Totale kosten en fasering per alternatief

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade)	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Investeringsen	Geen additionele middelen beschikbaar voor versterking toeristisch recreatieve sector in regio	€ 500.000 à € 750.000	€ 500.000 à € 750.000
Fasering	n.v.t.	2021/2022	flexibel

Bron: inschatting Ecorys

3.3 Economische effecten

Voor het in beeld brengen van de economische effecten die samenhangen met een investeringsopgave is het doorgaans gebruikelijk om een onderscheid aan te brengen in **tijdelijke effecten** die samenhangen met de realisatie van de alternatieven en **structurele effecten** die optreden op het moment dat de investeringen zijn afgerond en daadwerkelijk operationeel zijn en voor het publiek worden opengesteld.

3.3.1 Tijdelijke effecten vanwege realisatie voorzieningen

Maatgevend voor het bepalen van de (tijdelijke) effecten die optreden gedurende de realisatiefase zijn de investeringskosten die nodig zijn om de beoogde voorzieningen en daarmee samenhangende ontwikkelingen te kunnen realiseren. Daarbij kan een onderscheid worden aangebracht in:

- **Directe effecten**

Het betreft hier de werkgelegenheid die rechtstreeks samenhangt met de voorziene basisinvesteringen per alternatief.

- **Indirecte effecten**

Dit zijn de effecten bij toeleverende bedrijven en instellingen (zoals schoonmaak, inrichting, catering, kantoorartikelen, etc.). Deze effecten kunnen bepaald worden met een zogeheten Input-Output analyse. Dit is een analyse op basis van een tabel van onderlinge (financiële) relaties tussen activiteiten in een bepaald gebied. Hieruit is bijvoorbeeld af te leiden wat het effect op zakelijke diensten is als een bedrijf een € 1 extra gaat besteden of bezuinigen.

Omdat is aangenomen dat de benodigde investeringen per alternatief vergelijkbaar zullen zijn, en de inzet van het type werkgelegenheid niet fundamenteel verschilt, zijn er ook betrekkelijk weinig verschillen tussen de onderscheiden alternatieven.

Navolgende tabel geeft het resultaat van de berekeningen. De bandbreedte wordt bepaald door de bandbreedte in de gehanteerde investeringssom (500.000 tot 750.000 euro). Voor alternatief 2 zijn bovendien verschillende combinaties van de genoemde bouwstenen denkbaar zijn (bijvoorbeeld alles inzetten op marketing of bijvoorbeeld productontwikkeling). Om de directe werkgelegenheid te bepalen is een toedeling gemaakt van de investeringen naar relevante economische sectoren. Zo zal bij de bouw van een paviljoen vooral de bouwnijverheid en daarmee verband houdende sectoren worden ingeschakeld. In alternatief 2 zijn de relevante economische sectoren afhankelijk van de projecten die worden uitgerold, maar is te verwachten dat deze investeringen meer in de toeristisch-recreatieve branche zullen neerslaan. Het genoemde verschil in toedeling verklaart ook het verschil in indirecte effecten tussen de alternatieven. De directe effecten zijn vervolgens bepaald door te kijken naar de productiewaarde (grosafzet) per fte voor de betreffende sectoren. De indirecte effecten kunnen vervolgens worden bepaald op basis van een input-output analyse (zie ook bijlage 2).

Tabel 3.4 Tijdelijke effecten per alternatief (fte's)

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade)	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Direct	Geen additionele middelen beschikbaar voor versterking toeristisch-recreatieve sector in regio.	4 à 5	4 à 9
Indirect		3 à 4	2 à 3
Totaal		7 à 9	6 à 12

Bron: inschatting Ecorys

3.3.2 Structurele effecten

Het hogere doel van een mogelijke inzending aan de Floriade of een alternatieve aanwending van de middelen, is het structureel versterken van de toeristisch-recreatieve sector en daarmee de economie als geheel. Versterking van de sector zal meer bestedingen genereren en daardoor meer werkgelegenheid opleveren in met name het lagere opleidingssegment. De wijze waarop dit wordt bereikt verschilt per alternatief en per onderscheiden kans. Zo kan een maatregel direct opbrengsten en dus werkgelegenheid genereren, maar er kan ook sprake zijn van een mechanisme dat meer indirect of op langere termijn werkt. In deze paragraaf kijken we naar de achterliggende mechanismen van de verschillende bouwstenen en de verschillen die hierin optreden tussen de onderscheiden alternatieven.

Tabel 3.5 Overzicht bouwstenen en kansen regio Gooi en Vechtstreek in relatie tot de Floriade en de wijze van doorwerking.

Maatregelen/ bouwstenen	Mechanismen/ wijze van doorwerking			
	Marketing/ naamsbeken dheid	Recht- streeks genereren opbrengst en	Product- ontwikkeling	Bespa- ringen andere beleids- velden
Deelname via inzending Floriade				
Boot- verbindingen Gooi en Vechtstreek/ Almere				
Uitbreiding verblijfs-accommodaties				
Verbinden toeristisch recreatieve trekpleisters				
Ontwikkelen arrangementen				
Marketingcampagne				
Floriade werkbedrijf				

Marketing/ vergroten naamsbekendheid

Via de inzending van de regio op de Floriade krijgen bezoekers aan het paviljoen op dat moment informatie over de toeristisch-recreatieve aantrekkelijkheid van de regio en de daarbij aanwezige mogelijkheden. Dit kan tot verschillende reacties van bezoekers leiden:

- Het bezoek aan de Floriade wordt nog dezelfde dag gecombineerd met een bezoek aan de regio;
- Vervolgbezoek aan de regio door vakantiegangers op een andere dag gedurende de vakantie;
- Vervolgbezoek aan de regio van bezoekers aan de Floriade op een later moment in de tijd.

Optie a ligt niet zo voor de hand omdat een bezoek aan de Floriade vanwege de uitgestrektheid van het terrein veel tijd in beslag zal nemen, waardoor er op dezelfde dag weinig tijd overblijft voor een combinatiebezoek. **Optie b** is denkbaar maar voor de internationale bezoekers die speciaal voor de Floriade komen zal de regio moeten concurreren met andere belangrijke publiekstrekkingen in de verdere omgeving en andere (buitenlandse) steden die op de Floriade staan. De vraag is of het huidige aanbod in de regio Gooi en Vechtstreek in de huidige situatie al voldoende onderscheidend vermogen heeft om (internationale) bezoekers te verleiden tot een vervolgbezoek. **Optie c** "vervolgbezoek aan de regio op een later moment" is eveneens afhankelijk van de attractiviteit van de regio en wat men te bieden heeft. Zonder aanvullende productontwikkeling zal de attractiviteit van het aanwezige aanbod niet of slechts in beperkte mate worden beïnvloed. De aanwezige arrangementen, regionale promotie, helder imago, goede vindbaarheid, een goed dekkend toeristisch-recreatief product en passende logiesaccommodaties zijn nog volop in ontwikkeling. Gelet op het huidige aanbod en het feit dat het in gang zetten van ontwikkelingen om tijd zal vragen is het verwachten van herhalingsbezoek een risico.

In relatie tot de aanwezige verblijfsaccommodaties zal de regio sowieso baat hebben van de organisatie van de Floriade. De mate van succes hangt echter niet af van de vraag of men als regio wel of niet deelneemt, maar vooral van de beschikbaarheid van accommodaties en de mate waarin het aanbod aansluit bij de gewenste vraag. Beide aspecten staan los van deelname via een inzending en kan ook in de referentie of in alternatief 2 worden opgepakt. Daarbij komt de vraag in hoeverre de logiesaccommodaties sowieso al kunnen rekenen op een goede bezettingsgraad in de periode dat de Floriade wordt gehouden, omdat deze periode voor een belangrijk deel samenvalt met het reguliere hoogseizoen voor de toeristisch-recreatieve sector. Indien sprake is van hoge

bezettingsgraden zal de komst van de Floriade leiden tot verdringing waardoor uitbreiding hoe dan ook noodzakelijk is. Het wel of niet meedoen aan de Floriade zelf, als inzending, bepaalt ook in hoeverre de regio wordt meegenomen in de marketing van de Floriade BV.

Hoewel de Floriade veel bezoekers trekt en derhalve een groot marktgebied heeft, is het de vraag in welke mate de bereikte doelgroep ook daadwerkelijk de relevante doelgroep is voor een potentieel bezoek aan de regio. Voor (inkomende) verblijfstoeristen is daarbij al geconstateerd dat een eventueel bezoek aan de regio moet worden afgezet tegen het concurrerend aanbod in de verdere omgeving. Bezoekers aan de Floriade die uit de regio zelf komen zijn als doelgroep minder relevant. Die kunnen immers ook op andere wijze worden geïnformeerd of verleid om meer in eigen regio te besteden.

Bij een andere aanwending van de middelen in de vorm van bijvoorbeeld gerichte marketingcampagnes kan de aandacht specifiekere worden gericht op doelgroepen die daadwerkelijk interessant zijn voor de regio. Mede om die reden denken wij dat de **inzet van de beschikbare middelen op andere en meer gerichte marketingcampagnes** meer kunnen opleveren. Dat geldt zeker als wordt bedacht dat de beschikbare middelen in alternatief 2 minder aan tijd en plaats gebonden zijn, en daardoor flexibeler kunnen worden ingezet. Voorwaarde is wel dat er in de regio Gooi en Vechtstreek afdoende en geschikt aanbod aanwezig is waarmee potentiële bezoekers ook daadwerkelijk kunnen worden getrokken.

Tabel 3.6 Effecten marketing en naamsbekendheid

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade)	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Combinatiebezoek op zelfde dag als Floriade	Niet/ nauwelijks relevant vanwege relatief lange verblijfsduur aan Floriade zelf	Niet/ nauwelijks relevant vanwege relatief lange verblijfsduur aan Floriade zelf	Niet/ nauwelijks relevant vanwege relatief lange verblijfsduur aan Floriade zelf
Vervolgbezoek op later tijdstip gedurende verblijf of daarna	Kwaliteit huidige aanbod in relatie tot concurrerend aanbod in verdere omgeving is bepalend	Groot potentieel marktgebied via deelname aan Floriade, maar minder relevante doelgroepen	Mogelijkheid voor gerichtere inzet marketingcampagnes. Toename effectiviteit in combinatie met productontwikkeling
Gebruik logiesaccommodaties	Baat hangt af van (huidige) beschikbaarheid en aansluiting vraag en aanbod	Baat hangt af van (huidige) beschikbaarheid en aansluiting vraag en aanbod	Inzet stimuleringsmaatregelen vergroot opbrengstenpotentieel

Rechtstreeks genereren van opbrengsten

Inzet van de beschikbare financiële middelen kan, als zich daartoe mogelijkheden voordoen, geheel of gedeeltelijk worden terugverdiend door het genereren van opbrengsten. Hierbij kan onder andere worden gedacht aan het rechtstreeks terugverdienen van de investering via het heffen van bijvoorbeeld entree of via het innen van parkeergelden.

In het **alternatief met inzending** zijn deze mogelijkheden niet aanwezig omdat bezoekers aan de Floriade entree betalen aan de organisatie van het evenement en niet aan de paviljoens of andere inzendingen die op de Floriade zelf worden bezocht. Ook andere inkomsten uit bijvoorbeeld

horecaopbrengsten zijn voor de regio niet mogelijk omdat hiervoor contracten worden afgesloten met andere marktpartijen die in ruil hiervoor ook voor de concessie zullen betalen. In de **referentiesituatie** zijn opbrengsten eveneens niet relevant omdat is aangenomen dat geen (additionele) investeringen plaatsvinden in de toeristisch-recreatieve of daaraan verwante sectoren. In het alternatief "**benutting kansen**" zijn de mogelijkheden voor het rechtstreeks genereren van opbrengsten groter omdat gericht kan worden ingezet op aanvullende productontwikkeling waarmee in de vorm van bijvoorbeeld entreegelden ook mogelijkheden ontstaan voor het genereren van opbrengsten.

Tabel 3.7 Rechtstreeks genereren van opbrengsten

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade)	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Mogelijkheden voor rechtstreeks genereren van opbrengsten	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Niet aanwezig door opzet en formule Floriade	Aanwezig, afhankelijk van benutting kansen

Productontwikkeling

Om de aantrekkelijkheid van Gooi en Vechtstreek voor potentiële bezoekers te vergroten is het denkbaar om de beschikbare middelen niet uit te geven aan een **inzending aan de Floriade** maar in te zetten op verdere productontwikkeling in het **alternatief aanhaken op kansen**. Hierbij kan onder andere gedacht worden aan maatregelen gericht op uitbreiding van het aanbod van logies-accommodaties in de regio (bijvoorbeeld door in regionaal verband een kansenkaart op te stellen).

Om de verbindingen in de regio te vergroten kan ook worden gedacht aan de opzet van een regionaal deelfietsensysteem. Aan zo'n systeem kan invulling worden gegeven door op verschillende plekken in de regio fietsen neer te zetten, waarbij gebruikers tegen betaling zich met een fiets van de ene naar de andere locatie kunnen verplaatsen.

Een andere concrete mogelijkheid is het ontwikkelen en organiseren van thematische evenementen en tentoonstellingen om de aantrekkelijkheid van de regio beter voor het voetlicht te brengen en meer samenhang tussen de verschillende productelementen te creëren. Een goed voorbeeld van een thematisch evenement is het Erfgoedfestival Gooi & Vecht dat deze zomer (van 31 mei t/m 9 september 2018) door de musea in de regio samen met de erfgoedinstellingen wordt georganiseerd. Genoemd festival laat het publiek op een laagdrempelige manier kennismaken met Gooise groenverhalen via tentoonstellingen, wandel- en fietsroutes en lezingen. Daarnaast worden door de hele regio op veel verschillende locaties activiteiten georganiseerd³. Voor volgend jaar wordt gedacht aan een festival met een min of meer vergelijkbare opzet met als thema 'Gemaakt in Gooi & Vecht'.

Tabel 3.8 Mogelijkheden voor productontwikkeling

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Mogelijkheden voor productontwikkeling	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Geen product-ontwikkeling. Inzending Floriade is eenmalig.	Aanwezig, invulling afhankelijk van benutting kansen

³ <https://www.vvvgooivecht.nl/nl/activiteitenkaart/detail/erfgoedfestival-groen-in-gooi-vecht>

Besparingen andere beleidsvelden

Het nog op te richten Floriade Werkbedrijf is een samenwerking van Randstad, UWV (regio Flevoland) en de gemeente Almere. Het doel van Floriade Werkbedrijf is om ruim driehonderd mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt blijvend aan het werk te helpen. Het idee achter Floriade Werkbedrijf is om een match te maken tussen werkzoekenden met een uitkering en bedrijven die werk kunnen bieden vanwege alle Floriade gerelateerde bedrijvigheid en economische groei. Met het bedrijfsleven is afgesproken dat een deel van het werk ten gunste gaat komen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Bij het initiatief is ook regio Gooi en Vechtstreek aangesloten.

Het creëren van arbeidsplaatsen in combinatie met de Floriade zorgt ervoor dat de betreffende personen zelf een inkomen genereren en derhalve bespaart wordt op de sociale uitkeringen. We gaan ervan uit dat de mogelijkheden om mensen aan een baan te helpen zullen toenemen indien Gooi en Vechtstreek kiest voor een actieve opstelling in relatie tot de Floriade door te kiezen voor een inzending. De mogelijkheden om mensen te plaatsen zullen daarentegen naar verwachting afnemen indien wordt afgezien van een paviljoen en de beschikbare middelen op andere wijze worden ingezet.

Tabel 3.9 Mogelijkheden voor productontwikkeling

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Besparingen andere beleidsvelden (o.a. door Floriade Werkbedrijf)	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Mogelijkheden door actieve opstelling regio	Beperktere mogelijkheden door passieve opstelling regio

3.4 Breder maatschappelijke effecten

Gelet op het thema van de Floriade biedt een inzending mogelijkheden om de duurzaamheidsambities van de regio verder uit te dragen. De gemeenteraden in Gooi en Vechtstreek hebben duurzaamheid hoge prioriteit gegeven met als speerpunt daarbinnen de circulaire economie/grondstoffentransitie. Dit speerpunt vormt, naast schone energie/ energietransitie, een van de twee pijlers binnen het regionale uitvoeringsprogramma Milieu en Duurzaamheid⁴. Omdat het verder uitdragen van de duurzaamheidsambities niet primair aan de Floriade is gebonden, kijken we hier vooral naar de bredere maatschappelijke effecten in relatie tot de toeristisch-recreatieve sector.

Creëren samenhang in toeristisch-recreatief product

Zoals in hoofdstuk 2 aangegeven is het wenselijk om meer samenhang te creëren in het toeristisch-recreatieve product in de regio. Het alternatief **inzending aan de Floriade** heeft als voordeel dat een gemeenschappelijk en duidelijk afgebakend project ontstaat dat is afgebakend in tijd en plaats. Op die manier fungeert de inzending aan de Floriade als een duidelijke stip op de horizon en als (tijdelijke) katalysator om de samenhang binnen het toeristisch-recreatieve product in de regio te verbeteren.

⁴ <https://www.regiogv.nl/gemeenteraden/milieu-duurzaamheid>

Indien gekozen wordt voor het alternatief “**aanhaken op kansen**” wordt eveneens meer samenhang in het toeristisch-recreatieve product gecreëerd, maar dan vooral via de lijn van productontwikkeling.

Tabel 3.10 Creëren samenhang in toeristisch-recreatief product

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Creëren samenhang in toeristisch-recreatief product	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Inzending Floriade als (tijdelijke) katalysator en als stip op de horizon	Creëren meer samenhang door o.a. productontwikkeling

Draagvlak en samenwerking

Het creëren van een herkenbaar gemeenschappelijk doel door een **inzending aan de Floriade** zorgt ervoor dat, na een heldere keuze over inzending, gemakkelijker draagvlak kan worden gecreëerd en deelname als voedingsbodem fungeert voor meer samenwerking met andere regio's. In geval van een keuze voor het alternatief “**aanhaken op kansen**” zal het accent meer komen te liggen op het creëren van draagvlak en samenwerking binnen de regio.

Tabel 3.11 Draagvlak en samenwerking

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Draagvlak en samenwerking	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Meer draagvlak en samenwerking tussen aangrenzende regio's	Meer draagvlak en samenwerking binnen regio

Versnelling en synergie

In het verlengde van de hiervoor benoemde effecten zal een inzending aan de Floriade ook kunnen zorgen voor het eerder realiseren van gestelde doelen en het creëren van synergiemogelijkheden. Een inzending aan de Floriade is immers aan tijd en plaats gebonden en zal alleen al om die reden moeten zorgen voor een gerichte samenwerking om de plannen en uitwerking van het paviljoen tijdig gereed te hebben. Zonder een inzending ontstaat eveneens een gemeenschappelijk basis voor samenwerking in de regio, maar dit zal vragen om meer inspanning en overleg omdat in dat geval ook een gemeenschappelijke keuze moet worden gemaakt op welke kansen de regio daadwerkelijk zal gaan inzetten.

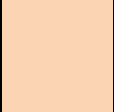


Tabel 3.12 Mogelijkheden voor versnelling en synergie

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Versnelling en synergie	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Versnelling en synergie door inzending Floriade met een tijdelijk karakter	Versnelling en synergie door gezamenlijke benutting kansen met een structureler karakter

3.5 Totaalbeeld

Classificatie kosten en effecten via gebruik kleuren

In navolgende tabel zijn de kosten en effecten van de onderscheiden alternatieven en de referentiesituatie samengevat. Omwille van duidelijkheid zijn de kosten en (kwalitatief) aangeduide effecten geassocieerd op basis van een drietal kleuren. Per kleur geldt de volgende betekenis:

	De kleur rood is gebruikt voor situaties waarbij (additionele) kosten worden gemaakt en voor situaties aan de effectenkant waar het betreffende effect zich niet voordoet of niet relevant is.
	Situaties waarbij effecten in beperktere mate optreden in vergelijking met het andere alternatief.
	Situaties waarbij geen additionele kosten worden gemaakt en voor situaties aan de effectenkant waar het betreffende effect zich voordoet .

Duiding van de resultaten

Het totaal overzicht laat zien dat in de **referentiesituatie** weliswaar geen additionele kosten worden gemaakt, maar daardoor eveneens effecten ontbreken die leiden tot een verdere versterking van de toeristisch-recreatieve sector in de regio. In relatie tot de Floriade zijn er wel mogelijkheden voor met name de aanbieders van verblijfaccommodaties om (ook zonder aanvullende investeringen) extra omzet te genereren door de bezettingsgraden te verhogen of de prijs van de logiesaccommodaties (tijdelijke te verhogen). Het huidige aanbod in Flevoland is zeer beperkt waardoor bezoekers aan de Floriade die dit combineren met een meerdaags verblijf in belangrijke mate ook zijn aangewezen op logiesaccommodaties in de omringende regio's.

Aan het alternatief waarin wordt gekozen voor een **inzending op de Floriade** zijn uiteraard (additionele) kosten verbonden, maar dit levert ook extra exposure op en zorgt vanwege het heldere en eenduidige (tussendoel) ook voor meer draagvlak, samenwerking en samenhang. Omdat het huidige toeristisch-recreatieve product nog verder moet worden ontwikkeld in de regio is het economische effect (in termen van extra bezoek en daarmee samenhangende bestedingen en werkgelegenheid) voor dit alternatief beperkt.

Op economisch vlak scoort het alternatief "**aanhaken op kansen Floriade**" beter. Verzilpering van deze kansen kan al op korte termijn vorm krijgen, maar denkbaar is ook om een langere aanlooptijd te nemen die kan doorlopen tot na afloop van de Floriade. Vanuit dit perspectief is genoemd alternatief in vergelijking met een inzending aan de Floriade dus ook flexibeler. Net als bij een inzending zal dit alternatief ook leiden toe een verbreding van de gemeenschappelijke basis in de regio. De daarbij ingezette maatregelen hoeven echter niet één op één aan de Floriade zelf te worden gekoppeld.

Tabel 3.13 Totaal overzicht kosten en effecten

	Referentie/ autonome ontwikkeling	Alternatief 1 Inzending deelname Floriade	Alternatief 2 Aanhaken op kansen Floriade 2022
Kosten			
	Investerings	Geen additionele middelen beschikbaar	€ 500.000 à € 750.000
	Fasering	n.v.t.	2021/2022
Baten			
Econ. effecten	Tijdelijke effecten (werkgelegenheid)	Geen additionele middelen beschikbaar	7 à 9 fte
	Combinatiebezoek op zelfde dag als Floriade	Niet/ nauwelijks relevant vanwege relatief lange verblijfsduur aan Floriade zelf	Niet/ nauwelijks relevant vanwege relatief lange verblijfsduur aan Floriade zelf
	Vervolgbezoek op later tijdstip gedurende verblijf of daarna	Kwaliteit huidige aanbod in relatie tot concurrerend aanbod in verdere omgeving is bepalend	Groot potentieel markt bereik via deelname aan Floriade, maar minder relevante doelgroepen
	Gebruik logiesaccommodaties	Baat hangt af van (huidige) beschikbaarheid en aansluiting vraag en aanbod	Mogelijkheid voor gerichtere inzet marketingcampagnes. Toename effectiviteit in combinatie met productontwikkeling
	Mogelijkheden voor rechtstreeks genereren van opbrengsten	Baat hangt af van (huidige) beschikbaarheid en aansluiting vraag en aanbod	Inzet stimuleringsmaatregelen vergroot opbrengstenpotentieel
	Mogelijkheden voor productontwikkeling	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Niet aanwezig door opzet en formule Floriade
	Besparingen andere beleidsvelden	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Geen product-ontwikkeling. Inzending Floriade is eenmalig.
Maatschappelijke effecten	Creëren samenhang	Niet aanwezig door ontbreken investeringen	Mogelijkheden door actieve opstelling regio
	Draagvlak en samenwerking	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Inzending Floriade als (tijdelijke) katalysator en als stip op de horizon
	Versnelling en synergie	Geen additionele mogelijkheden door ontbreken investeringen	Meer draagvlak en samenwerking tussen aangrenzende regio's
			Meer draagvlak en samenwerking binnen regio
			Versnelling en synergie door gezamenlijke benutting kansen met een structureler karakter

4 Bevindingen en conclusies

1) *Verdere ontwikkeling toeristisch-recreatieve sector biedt kansen*

De regio Gooi en Vechtstreek heeft een uitstekende uitgangssituatie om te wonen, te werken en te recreëren. Ondanks de relatief goede uitgangssituatie kent de regio op economisch gebied een aantal belangrijke uitdagingen, waaronder werkgelegenheidskrimp, een relatief lage participatiegraad in vergelijking met de omliggende regio's en een relatief hoge werkloosheid. Verdere ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector in de regio kan een bijdrage leveren om vraag en aanbod op de arbeidsmarkt in Gooi en Vechtstreek beter op elkaar te laten aansluiten. De toeristisch-recreatieve sector vraagt om een relatief laag opleidingsniveau en juist in dit segment is in de regio sprake van de grootste verschillen in vraag en aanbod op de arbeidsmarkt.

2) *Stimulering toeristisch-recreatieve sector via inzending Floriade of via benutting kansen*

Om het toeristisch-recreatieve product in de regio verder te verbeteren zijn verschillende mogelijkheden aanwezig. In deze studie zijn de kosten en effecten van een tweetal mogelijkheden met elkaar vergeleken: deelname als regio aan de Floriade versus niet deelnemen middels een inzending, maar aanhaken op kansen die de Floriade gaat bieden vanuit ontwikkelingen in de regio zelf. Als mogelijke kansen zijn de volgende maatregelen geïdentificeerd: inzetten op bootverbindingen Gooi en Vechtstreek/ Almere, uitbreiding van verblijfsaccommodaties in de regio, verbinden van toeristische trekpleisters in de regio, ontwikkelen van arrangementen, opzet van een of meerdere marketingcampagnes en als regio nadrukkelijker aanhaken en inzetten op het onlangs opgerichte Floriade Werkbedrijf.

3) *Raming kosten voor inzending Floriade op basis van opgestelde business case*

Om te bezien welke kosten verbonden zijn aan een mogelijke inzending voor de Floriade is een globale business case opgesteld. In deze business case zijn de 3 genoemde modellen doorgerekend, uitgaande van verschillende oppervlakten (een hele kavel, halve kavel en kwart kavel) en uitgaande van een situatie waarbij een paviljoen wordt gehuurd of in eigen beheer wordt ontwikkeld. Uitgaande van de ontwikkeling van een volledige kavel (bruto oppervlakte 1.600 m²) bedragen de kosten rond de 300.000 à 350.000 euro bedragen. Uit de opgestelde business case blijkt verder dat de kosten minder dan evenredig dalen bij een afnemend oppervlakte van de kavel. Bij de ontwikkeling van een halve en een kwart kavel dalen de netto kosten grofweg naar respectievelijk 75% en 50% van de kosten van een hele kavel.

4) *Netto-kosten nader bezien*

In de opgestelde ramingen zijn (bij eigen ontwikkeling) de mogelijke opbrengsten bij eventuele doorverkoop nagenoeg gelijk verondersteld aan de benodigde investeringskosten. Dat lijkt aan de hoge kant omdat, als het paviljoen eenmaal staat de verkopende partij in een nadelige onderhandelingspositie verkeert. Er zijn bovendien meer paviljoens die een nieuwe bestemming moeten vinden, hetgeen eveneens de onderhandelingspositie zal verminderen. Vraag is ook of een dergelijk paviljoen courant zal zijn. In de opgestelde ramingen is rekening gehouden met een beperkte kostenpost (circa 60.000 euro) voor de exploitatie en bemensing van het paviljoen. Dit bedrag is laag en alleen mogelijk voor een grotendeels onbemand paviljoen, en er bovendien geen of nauwelijks kosten worden gemaakt voor bijvoorbeeld hospitality waarmee dus ook de impact en het bereik wordt verkleind. Om de meerwaarde van een mogelijke inzetting te vergroten is het naar ons idee wenselijk om voor dit onderdeel meer middelen te reserveren om daarmee ook beter en gericht te kunnen inspelen op het in het paviljoen aanwezige bezoek.

Indien met bovengenoemde zaken rekening wordt gehouden zal het daadwerkelijke bedrag hoger moeten liggen in vergelijking met de uitkomsten van de business case. In de uitgevoerde analyse is uitgegaan van een indicatief bedrag van grofweg 500.000 à 750.000 euro.

5) *Vergelijking kosten en effecten per alternatief*

Uit een vergelijking van de kosten en effecten blijkt dat in de **referentiesituatie** weliswaar geen additionele kosten worden gemaakt, maar daardoor eveneens effecten ontbreken die leiden tot een verdere versterking van de toeristisch-recreatieve sector in de regio. In relatie tot de Floriade zijn er wel mogelijkheden voor met name de aanbieders van verblijfaccommodaties om (ook zonder aanvullende investeringen van de regio) extra omzet te genereren. Het huidige aanbod in Flevoland is zeer beperkt waardoor bezoekers aan de Floriade die dit combineren met een meerdaags verblijf in belangrijke mate (afhankelijk van de beschikbare capaciteit) ook zijn aangewezen op logiesaccommodaties in de omringende regio's.

Aan het alternatief waarin wordt gekozen voor een **inzending op de Floriade** zijn uiteraard (additionele) kosten verbonden, maar dit levert ook extra exposure op en zorgt vanwege het heldere en eenduidige (tussendoel) ook voor meer draagvlak, samenwerking en samenhang. Omdat het huidige toeristisch-recreatieve product nog verder moet worden ontwikkeld in de regio, is het economische effect (in termen van extra bezoek en daarmee samenhangende bestedingen en werkgelegenheid) voor dit alternatief beperkt.

Op economisch vlak scoort het alternatief "**aanhaken op kansen Floriade**" beter. Verzilvering van deze kansen kan al op korte termijn vorm krijgen, maar denkbaar is ook om een langere aanlooptijd te nemen die kan doorlopen tot na afloop van de Floriade. Vanuit dit perspectief is genoemd alternatief in vergelijking met een inzending aan de Floriade dus ook flexibeler. Net als bij een inzending zal dit alternatief ook leiden toe een verbreding van de gemeenschappelijke basis in de regio. De daarbij ingezette maatregelen hoeven echter niet één op één aan de Floriade zelf te worden gekoppeld.

6) *Eindoordeel*

Hoewel de uitgevoerde analyse laat zien dat deelname aan de Floriade via een inzending op bepaalde vlakken voordelen biedt, verdient het alternatief "aanhaken op kansen Floriade" uiteindelijk de voorkeur. Vooral op economisch vlak scoort laatst genoemd alternatief beter omdat onder andere concreet wordt ingezet op noodzakelijk geachte productontwikkeling in de regio en het opbrengstenpotentieel wordt vergroot. In het door Amsterdam Marketing opgestelde gebiedsplan "Castles & Gardens" wordt onder andere geconstateerd dat het productaanbod in Gooi en Vechtstreek verbetering en ontwikkeling behoeft (hiervoor zijn o.a. de vijf kwaliteitsplekken in de regio benoemd voor verdere ontwikkeling). Inzending via deelname aan de Floriade zorgt weliswaar (boven)regionaal voor meer samenhang, draagvlak en samenwerking, maar dit kan (in andere vorm) ook worden bereikt door aan te haken op de gesignaleerde kansen, waarmee toegewerkt kan worden naar een structureel sterker toeristisch-recreatief aanbod in de regio.

Geraadpleegde bronnen

Literatuur

- Amsterdam Marketing (2016)**, *Bezoekersprofiel 2016: bezoekers Gooi en Vechtstreek*. Amsterdam.
- Amsterdam Marketing (2017)**, *Gebiedsplan Castles & Gardens of Amsterdam*. Amsterdam/Hilversum.
- BMC (2016)**, *Bezoekersstromen culturele instellingen Gooi en Vechtstreek*, Amersfoort.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2017)**, *Nationale Rekeningen 2016*, Voorburg/Heerlen.
- Gemeente Amsterdam (2016)**, *Toerisme in MRA 2016-2017*, Amsterdam.
- Niek Roozen i.s.m. Regio Gooi en Vechtstreek (22 januari 2018)**, *Gooi en Vechtstreek: Floriade 2022 'Gardens of Amsterdam, Weesp/ Bussum*.
- Niek Roozen (22 januari 2018)**, *Ontwikkelmodel eventuele inzending Regio Gooi en Vechtstreek op de Floriade 2022. Bijlage bij 'Gooi en Vechtstreek – Floriade 2022' d.d. 22 januari 2018*. Weesp.
- Regio Gooi en Vechtstreek (4 november 2016)**, *Insteek regio Gooi en Vechtstreek voor bijdrage aan Floriade 2022* (intern document nr. 16.0008977), Bussum.
- Regio Gooi en Vechtstreek (januari 2014)**, *Regio Gooi en Vechtstreek en de Floriade 2022" Verkennend basisdocument van de mogelijkheden/prioriteiten (nr. 13.0008049)*, Bussum.
- Rienstra Beleidsonderzoek/ NEO Observatory (2017)**, *Utrecht Economisch Beeld: Gooi en Vechtstreek*. Leidschendam/ Rotterdam.
- VVV Gooi & Vecht (2017)**, *Inzicht in doelgroepen*, Hilversum.
- ZKA/ Projectbureau Vrolijk (februari 2016)**, *Gebiedsvisie recreatie en toerisme Loosdrecht Plassengebied. Bouwsteen Masterplan Oostelijke Vechtsplassen, Waalwijk/ Breda*.

Internet

- <https://www.vvvgooivecht.nl>
- <https://www.floriade.nl>
- <https://www.regiogv.nl>
- <https://floriade.almere.nl/floriade-werkbedrijf>

Bijlagen

Bijlage 1 Begrippenlijst

Arbeidsjaar	De gemiddelde contractuele arbeidsduur van een voltijdsbaan van werknemers op jaarbasis.
Beroepsbevolking	Alle personen van 15-64 jaar die tenminste twaalf uur per week werken of actief dergelijk werk zoeken.
Bruto toegevoegde waarde	Toegevoegde waarde inclusief afschrijvingen.
Consumptieve bestedingen	De goederen en diensten die gebruikt worden voor rechtstreekse bevrediging van individuele of collectieve behoeften
Geregistreerde werkloosheid	Mensen zonder werk (of met werk van minder dan twaalf uur per week) die bij een arbeidsbureau staan ingeschreven en direct beschikbaar zijn voor een baan van minstens twaalf uur per week.
Marktprijzen	De waardering tegen marktprijzen is de prijs die de afnemer betaalt, dus inclusief handels- en vervoersmarges en de belastingen op productie en invoer, en exclusief de subsidies op productie en invoer. Wordt vooral gebruikt als waardering voor de toegevoegde waarde en het binnenlands product.
Multiplier	Vermenigvuldigingsfactor die de mate van doorwerking of uitstraling weergeeft. Een multiplier van bijvoorbeeld 1,5 geeft aan dat er behalve het oorspronkelijke directe effect ter grootte van 1, nog een additioneel indirect effect van 0,5 optreedt.
Productiewaarde	De marktwaarde van de afgezette goederen en diensten, vermeerderd met de waarde van de goederen die aan de voorraad zijn toegevoegd.

Bijlage 2 Toelichting Input-output analyse

Wat is een input-output tabel?

Een input-output tabel geeft een gedetailleerde beschrijving van de goederen en dienstenstromen in een regio of land welke verband houden met het productieproces. Door zijn vorm kan een input-output tabel zowel horizontaal als verticaal worden gelezen. Op de regels van de tabel wordt namelijk een overzicht gegeven van de goederen en dienstenstromen vanuit de onderscheiden sectoren ("output"), terwijl de kolommen inzicht geven in de goederen en dienstenstromen naar de sectoren ("input").

De output of afzet van elke sector omvat de intermediaire leveringen (tussenproducten van sector naar sector) en de finale leveringen (uitvoer, consumptie, investeringen en voorraadvorming). De input of kostenzijde omvat de door andere sectoren geleverde intermediaire goederen en de primaire kosten (invoer, afschrijvingen, indirecte belastingen minus subsidies, lonen en salarissen en overig inkomen). Aldus verschaft de input-output tabel voor de economische sectoren van het gebied waarop de tabel betrekking heeft, een volledig overzicht van de afzet en kostenstructuur.

Uitwerking van een voorbeeld

Ter verduidelijking van het voorgaande is hieronder een fictieve regionale I/O tabel weergegeven.

Tabel b.23.1. Voorbeeld IO-tabel

Sectoren	(1) leveringen aan				(2) Totaal intermediair	(3) Finale levering	(4) Productie Totaal
	a	b	c	d			
(1) Levering van a	10	12	14	7	43	57	100
b	8	9	0	3	20	30	50
c	3	4	10	9	26	14	40
d	2	1	10	1	14	31	45
(2) Subtotaal	23	26	34	20	103	132	235
(3) Invoer	27	14	0	15	56		
(4) Toegevoegde waarde	50	10	6	10	76		
(5) Totale productie	100	50	40	45	235		

De leveringen van een sector in de regio bestaan uit de leveringen aan sectoren a t/m d in dezelfde regio ofwel de intermediaire leveringen (kolom (1)) en leveringen aan de finale vraag in de regio en daarbuiten (kolom (3)). De intermediaire leveringen zijn die leveringen die in de toegeleverde sector mede als input dienen voor de voortbrenging van het eindproduct. Zo levert bijvoorbeeld sector a 10 eenheden aan zichzelf (de interne leveringen), 12 eenheden aan b, 14 aan c en tot slot 7 eenheden aan sector d. Het totaal van de intermediaire leveringen van sector a bedraagt 43 (kolom (2)).

De finale leveringen (kolom (3)) zijn die goederen en diensten die het eindproduct vormen van het totale productieproces per sector. De finale leveringen kunnen bestaan uit:

- Consumptiegoederen voor de gezinshuishoudingen in de regio;
- Investeringsgoederen voor de bedrijven in de regio;
- Export, onderverdeeld in export naar overig Nederland en het buitenland;
- Goederen, geleverd aan de overheid in de regio;
- En tot slot kunnen er mutaties in de voorraadvorming plaatsvinden.

De totale productie van een sector (kolom (4)) bestaat dan uit het totaal van de intermediaire en de finale leveringen. De kostenstructuur van een sector, weergegeven door de kolommen van de sectoren, bestaat uit:

- De leveringen van grondstoffen en halffabricaten door de sectoren in de regio, hieronder zijn eveneens de interne leveringen begrepen;
- De primaire kostencategorieën bestaande uit: de invoer van goederen onderverdeeld in invoer vanuit andere regio's (regel (3)) en de toegevoegde waarde (regel (4)), welke onderverdeeld kan worden in de kostencomponenten lonen en salarissen (inclusief de sociale lasten), het winstinkomen en de afschrijvingen.

Het totaal van alle kostencomponenten is per sector vermeld op regel (5). Het totaal van de inputs is gelijk aan de omvang van de totale productie. Per sector geldt, dat het totaal van de kostencomponenten (de inputs) gelijk is aan het totaal van de afzetcomponenten (de outputs). De productie van alle sectoren tezamen vormt de totale productie in de economie. In het voorbeeld is dit gelijk aan 235 eenheden.

Toepassingsmogelijkheden

Indien men erin slaagt voor elk van de onderscheiden sectoren gegevens te verzamelen over de volgende (zie onderstaande opsomming) gegevens, dan beschikt men over een kwantitatieve set van gegevens van de betreffende economie die zich uitstekend leent voor een beschrijvende analyse van de structuur en de ontwikkeling van het economisch proces.

- Intermediaire kosten (leveringen door andere sectoren),
- Intermediaire leveringen (aan andere sectoren),
- Primaire kosten,
- Finale leveringen,

Een belangrijke toepassingsmogelijkheid van de input output tabel berust daarnaast op de verbanden die er bestaan tussen de omvang van de finale productie van één bepaalde sector en de productie omvang van alle sectoren welke door het leveren van intermediaire goederen bijdragen in de totstandkoming van de productie van eerst bedoelde sector. Meer in het bijzonder is het dan op basis hiervan mogelijk de effecten na te gaan van een bestedingsimpuls in de vorm van bijvoorbeeld een stijging van de vraag naar investeringsgoederen, voor de gehele economie. Een toeneming van de vraag heeft immers niet alleen een direct effect op de productie van een bepaalde sector maar daarnaast door de vereiste toeleveringen ook indirecte effecten in alle mogelijke andere sectoren. Ook deze sectoren zijn op hun beurt afhankelijk van (weer andere) sectoren, die eveneens toeleveringen nodig hebben, etc. De indirecte effecten worden wel steeds kleiner zodat het gehele proces tot een einde komt. De som van alle indirecte effecten vormt het totale indirecte effect 1. De extra toeneming van de vraag in alle mogelijke sectoren wordt doorwerking genoemd. Dankzij dit doorwerkingseffect leidt een extra besteding van 1 euro tot een totale stijging van de economische transacties met meer dan 1 euro. De verhouding tussen het uiteindelijk effect en de impuls heet multiplier.

Een multiplier is dus een vermenigvuldigingsfactor die de mate van doorwerking of uitstraling weergeeft. Een multiplier met een waarde van bijvoorbeeld 1,5 geeft aan dat er behalve het oorspronkelijke directe effect ter grootte van 1, nog een additioneel indirect effect van 0,5 optreedt. De effecten kunnen daarbij zijn uitgedrukt in termen van werkgelegenheid (er is dan sprake van een werkgelegenheidsmultiplier) doch ook in termen van bijvoorbeeld productie, import en toegevoegde waarde.

Deze multipliers kunnen van sector tot sector verschillen. In sectoren waarin veel wordt ingevoerd of de winstoverslag hoog is, is de multiplier relatief laag. Naarmate de economie van een regio een meer "open" karakter heeft, zal de verwevenheid met sectoren buiten de regio sterker zijn. Een belangrijk deel van de indirecte effecten van een bepaalde impuls zal dan, zoals dat heet, "weglekken" naar andere regio's. Een verandering van de omvang van de productie van een bepaalde sector heeft dan weinig of zelfs hoegenaamd geen doorwerkingseffecten op de productieomvang in de andere sectoren van de betreffende regio. Met andere woorden de productiemultipliers zullen niet hoog zijn.

Het voorgaande betekent derhalve dat door input-output analyse zicht kan worden gegeven op de directe en indirecte effecten van een bestedingssimpuls in termen van productie, werkgelegenheid en toegevoegde waarde.

Over Ecorys

Ecorys is een toonaangevend internationaal onderzoeks- en adviesbureau dat zich richt op de belangrijkste maatschappelijke uitdagingen. Door middel van uitmuntend, op onderzoek gebaseerd advies, helpen wij publieke en private klanten bij het maken en uitvoeren van gefundeerde beslissingen die leiden tot een betere samenleving. Wij helpen opdrachtgevers met grondige analyses, inspirerende ideeën en praktische oplossingen voor complexe markt-, beleids- en managementvraagstukken.

Onze bedrijfsgeschiedenis begon in 1929, toen een aantal Nederlandse zakenlieden van wat nu beter bekend is als de Erasmus Universiteit, het Nederlands Economisch Instituut (NEI) oprichtten. Het doel van dit gerenommeerde instituut was om een brug te slaan tussen het bedrijfsleven en de wereld van economisch onderzoek. Het NEI is in 2000 uitgegroeid tot Ecorys.

Door de jaren heen heeft Ecorys zich verspreid over de wereld met kantoren in Europa, Afrika, het Midden-Oosten en Azië. Wij werven personeel met verschillende culturele achtergronden en expertises, omdat wij ervan overtuigd zijn dat mensen met uiteenlopende eigenschappen een meerwaarde kunnen bieden voor ons bedrijf en onze klanten.

Ecorys excelleert in zeven werkgebieden:

- Economic growth;
- Social policy;
- Natural resources;
- Regions & Cities;
- Transport & Infrastructure;
- Public sector reform;
- Security & Justice.

Ecorys biedt een duidelijk aanbod aan producten en diensten:

- voorbereiding en formulering van beleid;
- programmamanagement;
- communicatie;
- capaciteitsopbouw (overheden);
- monitoring en evaluatie.

Wij hechten waarde aan onze onafhankelijkheid, onze integriteit en onze partners. Ecorys geeft om het milieu en heeft een actief maatschappelijk verantwoord ondernemingsbeleid, gericht op meerwaarde voor de samenleving en de markt. Ecorys is in het bezit van een ISO14001-certificaat dat wordt ondersteund door al onze medewerkers.



Postbus 4175
3006 AD Rotterdam
Nederland

Watermanweg 44
3067 GG Rotterdam
Nederland

T 010 453 88 00
F 010 453 07 68
E netherlands@ecorys.com
K.v.K. nr. 24316726

W www.ecorys.nl

Sound analysis, inspiring ideas