

RIAL

REGIO VENLO
FLORIADE 2012
WERELDTUINBOUWTENTOONSTELLING

*Een
natuurlijk
podium*

B I D B O E K , O K T O B E R 2 0 0 4



REGIO VENLO
FLORIADE 2012
WERELDTUINBOUWTENTOONSTELLING

*Een
natuurlijk
podium*

INHOUDSOPGAVE

DEEL 1	AANBIEDINGSBRIEF AAN DE NEDERLANDSE TUINBOUWRAAD	9
	Hoofdstuk 1 Inleiding	11
	Hoofdstuk 2 Visie op Floriade: een natuurlijk podium	15
	Hoofdstuk 3 Locatie en ontwerp	23
	Hoofdstuk 4 Marketingcommunicatie	45
	Hoofdstuk 5 Financieel plan	51
	Hoofdstuk 6 Organisatie	59
	Bijlage 1 Enige kengetallen van het ZON-gebied	64

DEEL 2	BEANTWOORDING VRAGEN VAN DE NEDERLANDSE TUINBOUWRAAD	71
	Hoofdstuk 1 Organisatie	71
	Hoofdstuk 2 Inhoud	72
	Hoofdstuk 3 Marketing en promotie	73
	Hoofdstuk 4 Techniek	81
	Hoofdstuk 5 Ontwerp	86
	Hoofdstuk 6 Financiën	87

	Ambassadeurs	91
--	--------------	----

DEEL 1
AANBIEDINGSBRIEF
AAN DE NEDERLANDSE
TUINBOUWRAAD

Geacht bestuur van de Nederlandse Tuinbouwraad,

De Regio Venlo is tuinbouw, ademt tuinbouw. Wij bieden u de gelegenheid de Floriade 2012 in de Regio Venlo te laten plaatsvinden op een werkelijk prachtige locatie, midden in een breed geschakeerd tuinbouwgebied met een dynamische ontwikkeling.

De ligging van het Floriade-terrein en de uniciteit en kwaliteit van ons plan staan garant voor grote aantallen bezoekers. De Regio Venlo krijgt niet alleen een manifestatie van wereldformaat, maar ziet in de Floriade een unieke gelegenheid om een extra impuls te geven aan Greenport Venlo en de wereld haar gezicht te tonen: gastvrijheid, tuinbouw, vernieuwing!

Hierbij bieden wij u het bidbook Floriade 2012 van de Regio Venlo aan. Het bidbook is een uitwerking van het aanmeldingsdocument dat wij u op 9 februari 2004 hebben aangeboden.

Het plan is betrouwbaar, realistisch en uitvoerbaar en heeft een vernieuwende aanpak.

Vernieuwend in een maat en schaal die passen bij de Nederlandse tuinbouw; een vernieuwende aanpak die op drie pijlers stoelt.

Allereerst bieden wij u een Floriade met toekomst-waarde. Wij bieden u het werklandschap van de toekomst! De combinatie met het businesspark Greenport Venlo staat daarvoor garant. De tuinbouw concretiseert daarmee duurzaamheid.

Vernieuwend ook omdat wij u een locatie bieden te midden van de tuinbouw. Dit biedt de unieke mogelijkheid om de bezoeker niet alleen de producten, maar ook de wereld van de tuinbouw te tonen; niet alleen op het Floriade-terrein maar juist ook in 'going concern'. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is daarbij het uitgangspunt.

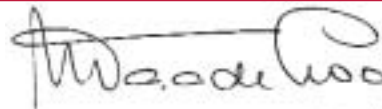
En tot slot een vernieuwende aanpak omdat wij de promotie van de Nederlandse tuinbouw niet pas oppakken net voor de Floriade, nee wij starten direct in 2005 en groeien samen met de tuinbouw en u als Nederlandse Tuinbouwraad toe naar de apotheose in 2012.

Wij zijn een regio waar bestuurlijk en maatschappelijk zeer grote steun bestaat voor het organiseren van de Floriade 2012. De resultaten die tot nu toe zijn bereikt door onze samenwerking als Regio Venlo, samen met het provinciaal bestuur, geven ons het vertrouwen een sterke, betrouwbare en slagvaardige partner voor u als Nederlandse Tuinbouwraad te zijn bij het organiseren van de Floriade in 2012.

Hoogachtend,



*L.J.P.M. Frissen, burgemeester van Horst aan de Maas,
voorzitter Raad van Toezicht Stichting Regio Venlo Floriade 2012*



Mw. Mr. E.M.A.A. de Loo, burgemeester van Gennep



Drs. A.M.P. Kleijngeld, burgemeester van Helden



Dr. J.J. Schrijen, burgemeester van Venlo



Drs. J.F.H.A.B. Waals, burgemeester van Venray

*Ondersteund door Gedeputeerde Staten van de provincie
Limburg, Mr. B.J.M. baron van Voorst tot Voorst,
commissaris van de koningin*

INLEIDING



provincie limburg



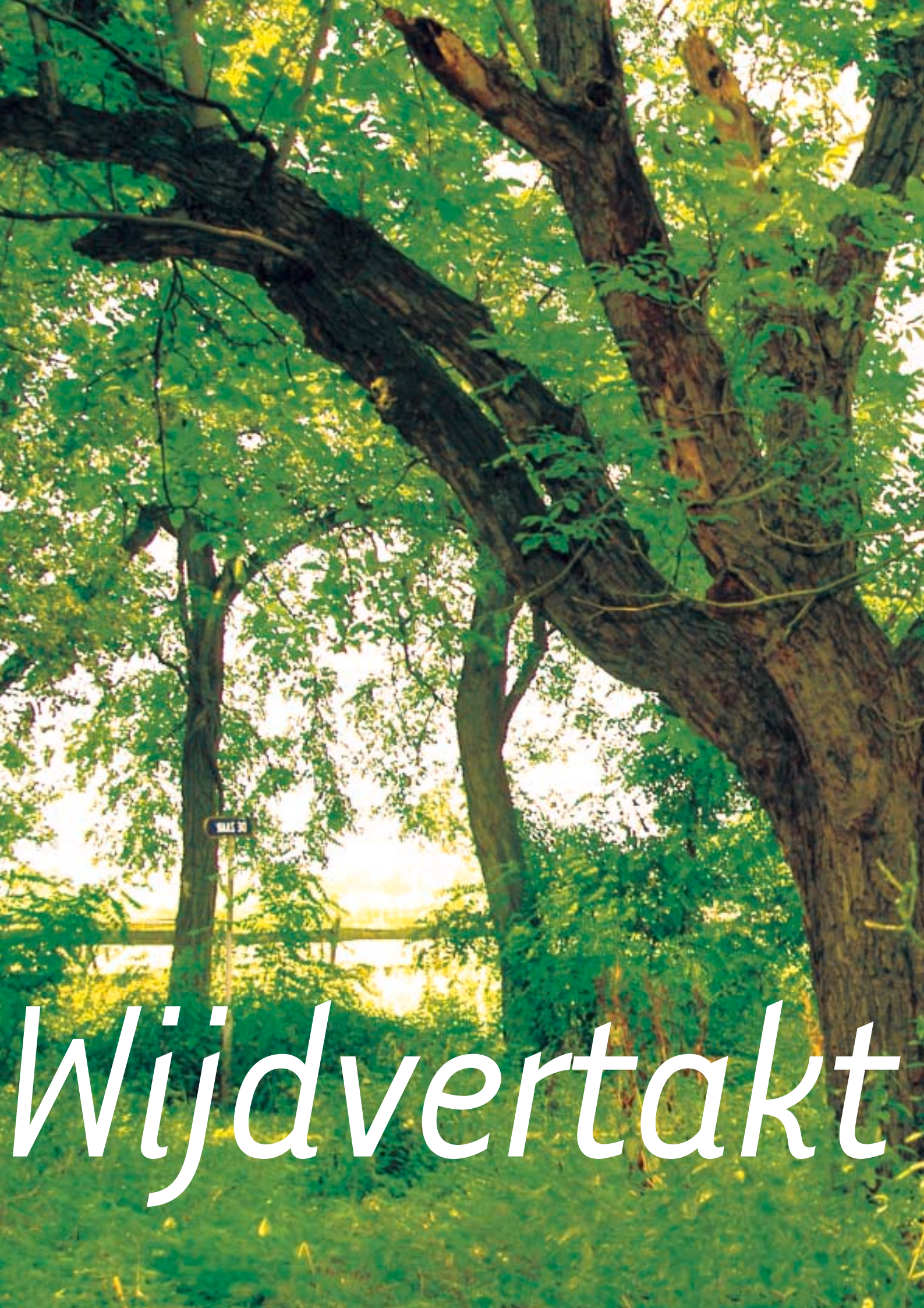
In de periode 2000-2002 vond in Noord-Limburg een Regiodialoog plaats die tot doel had vernieuwende ideeën en concepten te ontwerpen voor een gebiedsgerichte ontwikkeling van de regio Noord-Limburg. De Regiodialoog was een denktank van bestuurders, ondernemers en de Rabobank en werd ondersteund door onder andere de Wageningen Universiteit. Eén van de projecten die uit deze Regiodialoog naar voren kwam, was het organiseren van een grote regiomanifestatie in 2012. De koppeling met de Floriade 2012 was vervolgens snel gelegd.

We menen met recht en rede te kunnen zeggen dat een evenement als de Floriade perfect aansluit bij deze regio gelet op het bruisende innovatieve agrologistieke knooppunt dat de Regio Venlo is. De toewijzing van de Floriade zal enthousiasmeren, stimuleren en nog meer elan geven aan de ambities van de regio.

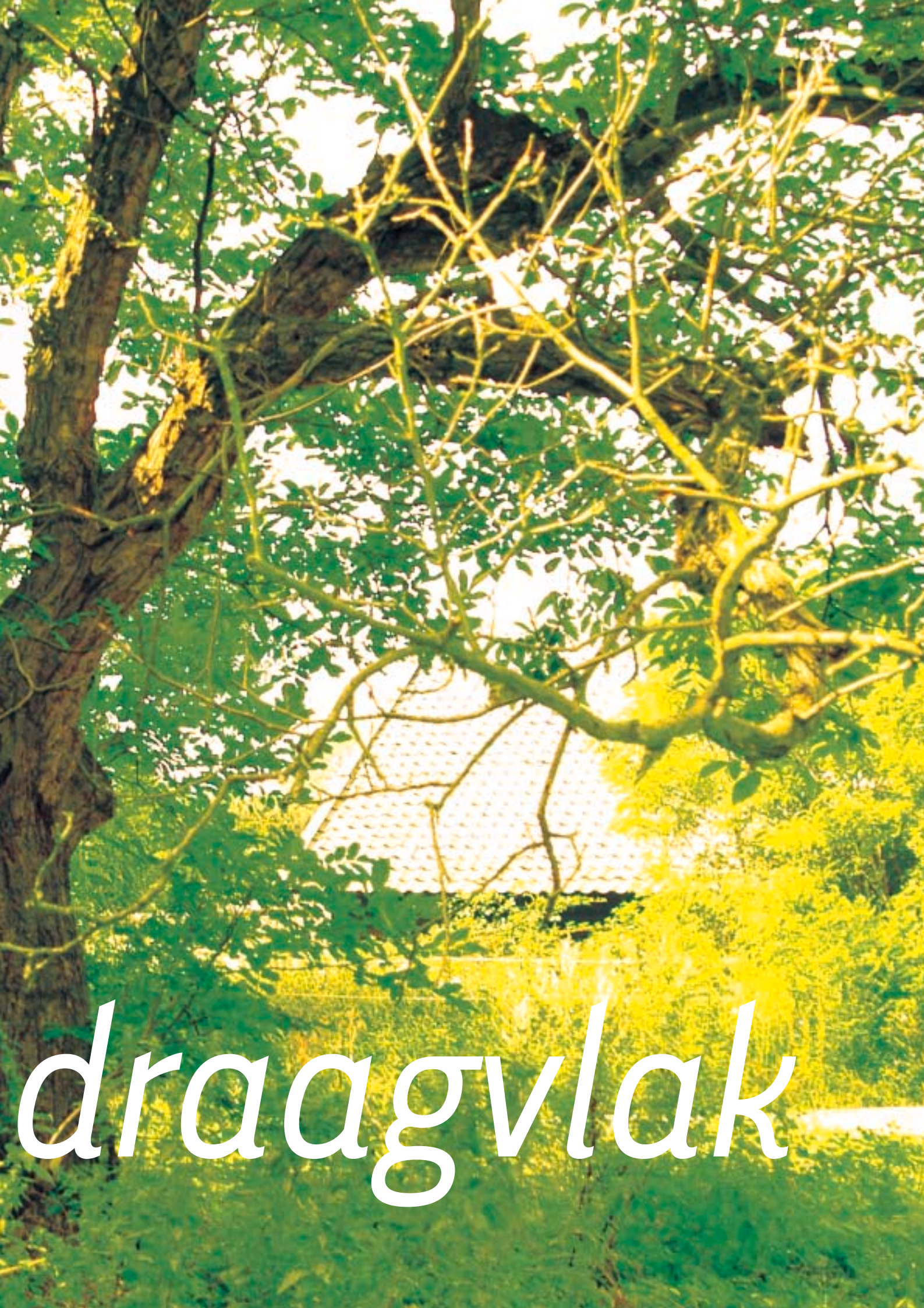
De vier grootste gemeenten in de regio, Helden, Horst aan de Maas, Venlo en Venray, verenigd in de Regio Venlo, werken al vanaf 2002 intensief en met enthousiasme samen aan de kandidatuur voor de Floriade 2012. Medio 2003 besloten de gemeenteraden vrijwel unaniem om de Floriade 2012 naar deze regio te willen halen en stelden daar een garantiebedrag van € 7 miljoen voor vast. Ook de provincie Limburg steunt de kandidatuur vanaf het begin en heeft toegezegd eenzelfde bedrag van € 7 miljoen ter beschikking te stellen.

In 2004 sloot de gemeente Gennep zich aan bij de Regio Venlo. De vijf gemeenten hebben samen circa 220.000 inwoners.

Het draagvlak voor ons initiatief is groot, zowel in de regio, in Zuidoost-Nederland, in het aangrenzende Duitsland als daarbuiten. De vele steunbetuigingen van tuinbouwsectoren, het bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en gemeentelijke en provinciale besturen getuigen daarvan.

A photograph of a large, old tree with a thick, gnarled trunk and dense green foliage. The tree is the central focus, with its branches spreading out. In the background, a street sign is visible on a pole, and a body of water or a path can be seen through the trees. The overall scene is lush and green, suggesting a park or a natural area.

Wijdvertakt



draagvlak

**VISIE OP
FLORIADE:
EEN NATUURLIJK
PODIUM**

2 1 | UW NIEUWE PODIUM

Eén keer in de tien jaar is de Floriade het podium voor de Nederlandse tuinbouw. Dat is een uitgelezen moment voor de tuinbouwsector om de wereld zijn innovatievermogen, creativiteit en daadkracht te tonen. Wij bieden de Nederlandse Tuinbouwraad graag dat podium aan. Niet alleen omdat de Regio Venlo tuinbouw is en de Floriade daarmee een logische en natuurlijke bodem vindt, maar ook omdat wij dezelfde doelstelling delen: het promoten van tuinbouw. Regio Venlo is tuinbouw en dat maakt ons tot hét natuurlijke podium voor de Floriade.

Dit natuurlijk podium vormt de basisgedachte van onze aanpak voor de Floriade. De kracht van deze basisgedachte ligt in haar eenvoud: het promoten van de tuinbouw temidden van een breed geschakeerd tuinbouwgebied. Directe koppeling met de projectvestigingsgebieden glastuinbouw Californië en Siberië ligt binnen handbereik, koppeling met ZON Fresh Park en FloraHolland is vanzelfsprekend. Een natuurlijk podium vindt u ook terug in de locatie die wij de Nederlandse Tuinbouwraad aanbieden. Een prachtige locatie waarbij het landschap aantrekkelijke coulissen biedt voor een wereldtentoonstelling en waarbij kleine hoogteverschillen in het terrein de Floriade als het ware 'optillen' zodat de bezoeker in één oogopslag een overzicht krijgt van de schoonheid van vele tuinbouwproducten.

Greenport Venlo

De koppeling met het businesspark Trade Port Noord, dat binnenkort wordt omgedoopt tot 'Greenport Venlo', staat garant voor een duurzame toekomst van het Floriade-terrein. Groen in Greenport heeft een meervoudige betekenis: het verwijst naar de sterke relaties die er zijn met de tuinbouwsector én het verwijst naar de natuurlijke setting van het gebied. De combinatie met Greenport Venlo geeft het Floriade-terrein een permanent karakter. We ontwikkelen er een permanente demonstratie van de innovatieve kracht van het tuinbouwnetwerk. Greenport Venlo is bestemd voor bedrijven die gaan en staan voor innovaties in de tuinbouwsector en biedt agrobusiness en agrologistiek een 'natuurlijke' plek in de nabijheid van de vele bestaande tuinbouwactiviteiten.

In 2012 tonen wij samen met de Nederlandse Tuinbouwraad het werklandschap van de toekomst: een conceptuele invulling van de relatie tussen landschap en een werkelijk prachtig groene werkomgeving waarvan het concept vermarktbaar en exporteerbaar is.

The place to be

Daarmee wordt de Floriade niet alleen een 'must to see and a must to be' voor de vakgerichte bezoeker, maar worden bezoekers van overal uit de wereld aangenaam verrast door de wijze waarop de tuinbouw haar producten toont. Wij richten ons daarbij niet alleen op de visuele beleving, daarvoor staat het ontwerp van Architectenbureau Jo Coenen & Co garant, maar wij richten ons heel bewust ook op de andere zintuigen: ruiken, voelen, proeven en horen.

En we gaan verder; een natuurlijk podium ziet u ook terug in de thematiek die wij voorstaan voor de Floriade en uiteraard ook in het ontwerp.

Op en rond het Floriade-terrein vindt in 2012 een dynamiek plaats die boeit, enthousiasmeert en stimuleert. En ook hier geldt: Floriade en Greenport Venlo zijn een natuurlijk podium voor concepten als Plants for People en de Groene Stad. Waar anders dan in de groenste stad van Nederland (2002) en de groenste stad van Europa (een bekroning voor de stad Venlo in 2003) werk je het concept van de Groene Stad verder uit? Zo'n aantrekkelijk park in zo'n dynamische omgeving moet niet slechts acht uur per dag toegankelijk zijn. Wij vinden dat we het Floriade-park ook in de avonduren moeten openstellen. Met avondopenstelling ontstaan extra mogelijkheden voor vakbijeenkomsten, speciale bijeenkomsten en evenementen voor de jeugd. Ook zijn, buiten de reguliere werktijden, bedrijfsbijeenkomsten mogelijk. Daarnaast denken we aan diverse vormen van cultuuruitingen, zoals concerten en dansvoorstellingen.

2 2 | FLORIADE 2012: THEMATIEK

Ook in de thematische benadering van de Floriade 2012 vindt u onze basisgedachte van het natuurlijk podium terug. We leggen hierbij het accent op natuurlijk. Alle zintuigen van de bezoeker gaan we prikkelen: zien, proeven, voelen, ruiken en horen.

2 2 1 | WAT LATEN WE DE BEZOEKER ZIEN?

Blauwe tomaten?

De Floriade is niet zomaar een tentoonstelling, het is een wereldtuinbouwtentoonstelling. De bezoeker moet gefascineerd, geïnspireerd en verwonderd raken door zijn bezoek aan de Floriade. Daarbij dringt de vraag zich op hoe ver je moet gaan met een vernieuwende aanpak van de tentoonstelling zonder het eigenlijke doel van de Floriade voorbij te streven: het promoten van de Nederlandse tuinbouw in al haar geledingen voor een zo groot mogelijk publiek. Blauwe tomaten zouden ongetwijfeld een noviteit zijn, maar de consument moet ze niet: product en kleur stemmen niet overeen. Wij menen dat we een afgewogen vernieuwde aanpak aanbieden die op drie pijlers stoelt:

- a) een Floriade met toekomstwaarde;
- b) een koppeling met going concern in de tuinbouw;
- c) de Floriade starten in 2005.

Een vernieuwde aanpak die ons, zeker met de Duitse consument binnen handbereik, met een gerust hart doet uitzien naar de bezoekersaantallen.

Met een focus op de bezoeker onderscheiden we vier hoofdlijnen in hetgeen we willen laten zien.

a. Innovatie

Tuinbouw en innovatie zijn vrijwel synonieme begrippen. Het is dan ook een absolute must veel aandacht te besteden aan de innovatieve aspecten die de tuinbouw in al zijn geledingen kenmerkt. Er is voortdurende vernieuwing op de terreinen van toelevering, productie, verwerking, logistiek en afzet. De concrete invulling van de nieuwste ontwikkelingen vindt uiteraard pas plaats in de – laatste – realisatiefase van de Floriade. Maar op enkele aspecten wijzen we nu al zoals de rol van kennis, de ontwikkeling van ketens naar netwerken, de veel sterkere internationale oriëntatie en de bijdrage aan gezond leven en welbevinden. Niet alleen via steeds beter voedsel maar ook via de esthetiek van sierteelproducten en de directe productie van functional foods en pharmaceuticals.

b. Tuinbouwnetwerken

We tonen de bezoekers de actuele situatie van het tuinbouwnetwerk waartoe de sector-ketens zich in 2012 hebben ontwikkeld. Daarbij gaat de aandacht vooral uit naar het belang dat dit netwerk als geheel hecht aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Verder profileert het tuinbouwnetwerk zich op de Floriade als voortrekker én exporteur van 'innovatief groendenken'. Zowel voor de internationale vakwereld als voor de bezoekende burgers en consumenten.

We verwachten dat in 2012 nergens anders in Noordwest-Europa het tuinbouwnetwerk een belangrijker rol zal spelen in de regionale economie dan juist in deze regio. Consumenten, producenten en andere spelers in dit netwerk kunnen dat leren en beleven. De ligging naast ZON Fresh Park en FloraHolland en de nabijheid van de project-vestigingsgebieden glastuinbouw Californië en Siberië, worden gebruikt om de vakmatige bezoeker en de geïnteresseerde consument de allerlaatste ontwikkelingen in 'going concern' te laten zien.

c. Meer dan zien alleen

We laten met concepten en concrete voorbeelden zien hoe de tuinbouw functioneert en wat dit voor de consument betekent en kan gaan betekenen in zijn woon-, werk-, leef- en recreëromgeving. Daarbij gaan wij ervan uit dat de Floriade, in de beleveniseconomie van die tijd, niet alleen een formidabel ingericht kijkspektakel is. De Floriade is dan zeker ook: voelen, ruiken, horen en proeven. Ervaren dus. En ontdekken! Werkelijk ontdekken dat de sector in al haar activiteit en producten en toepassingen essentieel is voor onze lichamelijke en geestelijke gezondheid. Proeverijen en kookstudio's, kruidentuinen, heilzame planten: dit zijn slechts enkele voorbeelden van hoe wij daar invulling aan gaan geven.

Het groene product en de groene omgeving laten ons niet alleen comfortabel leven, maar zorgen ook voor ons welbevinden. Geen welzijn zonder tuinbouwsector (Plants for People).

Centraal bij de te ontwikkelen 'belevenisconcepten' staat de betekenis van groen in fysieke en sociale zin, de betekenis van groen voor individuele gezondheid en welbevinden en de betekenis van groen in de stedelijke netwerken van 2012.

d. De Groene Stad in praktijk

Eerder meldden we dat Venlo in 2002 tot groenste stad van Nederland en in 2003 tot groenste stad van Europa werd gekozen. Venlo kreeg die prijzen niet zomaar! De stad verdiende deze prijzen omdat zij erin slaagt een filosofie over de relatie tussen Stad en Groen te concretiseren en te realiseren.

Basis van die filosofie is vorm geven aan de cruciale rol die groen heeft in een aantrekkelijke leef- en werkomgeving. Venlo vertaalde dit naar: Venlo, Grenzeloos Groen! Een slogan die aangeeft dat de aandacht niet alleen is gericht op het groen in de stad, maar ook uitgaat naar het groen rond de stad; het versterken van ecologische relaties en verbindingen vanuit Venlo naar zijn ruimere omgeving.

Op de Floriade tonen we de rol van verschillende onderdelen uit het tuinbouwnetwerk in het functioneren van de Groene Stad en willen we dit duurzaam maken. Steden en stedelijke netwerken herbergen in 2012 meer dan de helft van de wereldbevolking. Tuinbouw in 2012 is om te beginnen de stadslandbouw die het voedsel, de planten en veel medicijnen produceert waar stedelingen behoefte aan hebben.

Kassen zijn, via slimme ontwerpen met meervoudig ruimtegebruik, gecombineerd met andere utiliteitsgebouwen en woningen. En kassentechnologie wordt gebruikt in huizen en utiliteitsbouw.

Greenport Venlo is geen woningbouwlocatie. Binnen de regio Venlo vinden de komende jaren echter diverse woningbouwontwikkelingen plaats waarbij het thema Groene Stad een concrete invulling gaat krijgen. Om de (vak)bezoeker daarvan deelgenoot te maken, zullen die locaties aan de Floriade worden gekoppeld (en organiseren we excursies). Regionale woningcorporaties zullen hierin participeren.

Voor stedenbouwkundigen, ontwikkelaars, beleggers en politiek verantwoordelijken zal de Floriade een inspiratiebron zijn voor de reorganisatie en renovatie van de stedelijke netwerken van die tijd. We tonen professionals en consumenten niet alleen hoe die groene ontwikkeling ingrijpt op hun dagelijkse activiteit, maar we demonstreren tevens hoe de sector internationale markten ontwikkelt. En met zijn innovaties onmisbaar is voor de ontwikkeling van onze nationale economie en voor de verstedelijkende samenleving.

Het gedachtegoed van de Groene Stad zal ook in Greenport Venlo duurzaam worden uitgewerkt. Hiervoor is in de begroting een budget opgenomen.

2 2 2 | IN WELKE SETTING LATEN WE HET ZIEN?

De vier hoofdlijnen kleuren we verder in met thema's die ieder voor zich aantrekkingskracht hebben op de bezoeker: natuur, kleuren en beleving. Ook hier zit de kracht in eenvoud. Passende slogans werken we samen met de tuinbouwmarketingorganisaties uit.

Natuur

Bij natuur gaat het om het ontdekken van de natuur. Maar ook het ontdekken van je eigen natuur, het ontdekken van jezelf, je gezondheid en vooral: de natuur beleven.

Enerzijds is dit gericht op het (her)ontdekken van het belang van de natuur en de cultuur. Wat betekende dit vroeger voor ons, maar ook nu en in de toekomst. Zowel in sociaal-maatschappelijk, economisch als stedenbouwkundig opzicht. De archeologische overblijfselen in het gebied vormen daarbij een anker naar het verleden en zijn opgenomen in een archeologische wandelroute over het park.

Anderzijds is de natuur gericht op het teruggaan naar je eigen oorsprong, naar je eigen persoonlijkheid. Het is gericht op het creëren van momenten van bespiegeling in relatie tot de natuur. Het persoonlijk beleven dus van de schoonheid en het belang van de natuur voor onze gezondheid en ons welbevinden. De ecologische zone langs de beek, meerdere plekken in het bos en het landschap als geheel, bieden daarvoor een schitterend decor.

Kleuren

Kleuren staan voor het tuinbouwnetwerk in al zijn facetten. Waar staan we in 2012, wat zijn de (technologische) ontwikkelingen, hoe ziet de tuinbouw van 2025 er uit? We willen een breed inzicht geven in de status quo en de toekomst van het tuinbouwnetwerk. Daarbij worden innovaties en kennis vanzelfsprekend goed uitgelicht, terwijl het belang van de ambachtelijkheid zeker niet wordt verloochend. Binnen het park leggen we het accent op de ontwikkelingen die dan nog op de tekentafel liggen: welke ontwikkelingen komen er aan! Buiten het park gebruiken we de directe nabijheid van Californië, Siberië en de veilingen en de daaraan verbonden bedrijvigheid om een excursieroute samen te stellen. Hierin komt een presentatie van de allerlaatste technologische ontwikkelingen aan bod, maar dan in de praktijk!

Beleving

Beleving appelleert aan het bewust worden van groei en bloei. In te zien en te ervaren hoe belangrijk en hoe mooi het groeiproces is en waarin dit resulteert. Groei is immers de basis voor de tuinbouw en daarmee een primaire bestaansvoorwaarde voor ons allen. De tuinbouw voorziet ons van voedsel en schoonheid (bloemen, bomen en planten) en schept een aangename leef-, woon- en werkomgeving.

Feitelijk ademt die beleving door de hele Floriade en we leggen nog eens accenten op attractieve belevenisconcepten, waarbij bezoekers letterlijk en figuurlijk worden betrokken: prijsvragen rond thema's als de Groene Stad, proeverijen, bloemschikken, snoeien, kweken, oogsten enzovoort.

Te denken valt ook aan een concept als 'De groene schat van de stad'. Een virtuele reis door de eeuwen die de totstandkoming en ontwikkeling van groen in belangrijke steden en stedelijke netwerken van 2012 (Noordwest-Europa, Parijs, Berlijn, Londen, New York, Shanghai) en de betekenis van groen daarin, boeiend illustreert.



Alle wegen leiden

The background of the image is an abstract composition of numerous diagonal stripes. The stripes are primarily yellow and green, with some darker green and black accents. The stripes vary in width and are layered, creating a sense of depth and movement. The overall effect is a vibrant, textured pattern that resembles a close-up of a woven fabric or a stylized landscape.

naar Venlo

LOCATIE
EN
ONTWERP

3 1 | WELKE LOCATIE BIEDEN WIJ U?

Waar anders dan midden tussen Californië en Siberië organiseer je een wereldtentoonstelling? En op welke andere locatie schijnt elke dag ZON? Natuurlijk is dit een kwinkslag, maar er schuilt waarheid in de kern. Waar anders dan midden tussen zulke sterke tuinbouwexponenten zou de Floriade 2012 kunnen landen? Vanuit de locatie zoomen we langzaam uit.

3 1 1 | LOKAAL

Natuurlijke setting

Uw toekomstige podium ligt in de oksel van het klaverblad Zaarderheiken, op de kruising van de autosnelwegen A73 (de noord-zuid as) en A67 (oost-west as). Het Floriade-terrein is vanaf de snelweg A73 direct en zonder files bereikbaar: de huidige afslag 'Grubbenvorst / ZON' ligt voor de deur. ZON Fresh Park en FloraHolland zijn de directe burens. In het zuiden wordt de locatie begrensd door natuurgebied; aan de oostzijde ligt een halfopen agrarisch gebied waar een golfbaan in ontwikkeling is. Aan de noordzijde staat de tweede fase van het businesspark gepland.

Het terrein ligt in een bosrijke omgeving, in een aantrekkelijk landschap op de overgang van het Maasdal naar de hogere zandgronden. Een beekdal, oud bouwland en stuifzandheuvelds karakteriseren het gebied. Al in het verre verleden verkozen mensen deze locatie tot hun leefgebied. Archeologische en cultuurhistorische overblijfselen zijn duidelijk waarneembaar in het gebied aanwezig, onder andere in de vorm van grafheuvels, oude wegen, drenkkuilen en een grote aarden wal die akker en vee van elkaar scheidde. De belangrijkste waarden zijn in het ontwerp van het Floriade-park opgenomen en bieden de bezoeker een archeologische wandelroute waar heden en verleden van de land- en tuinbouw samenkomen.

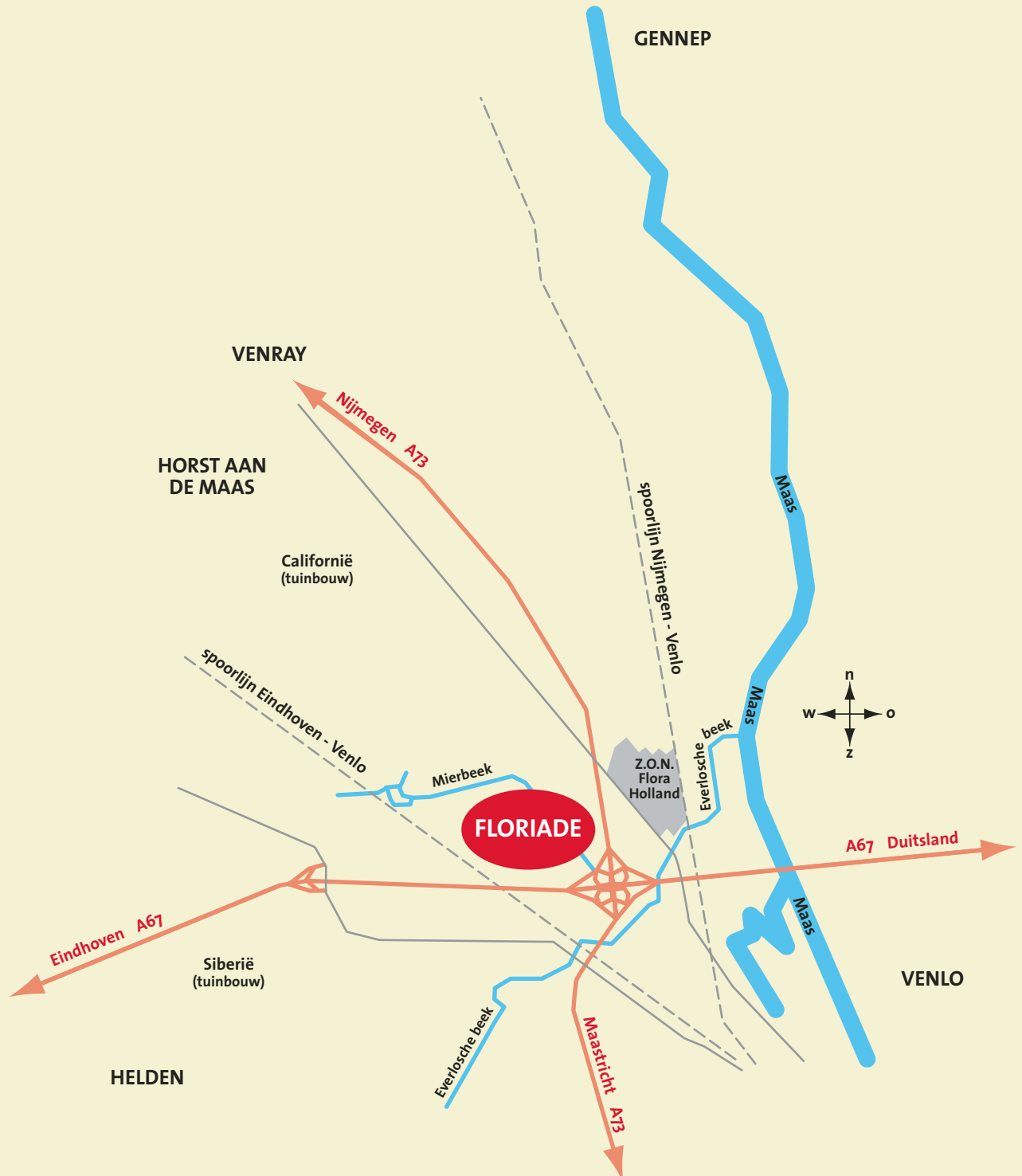
Een nieuw concept

De laatste decennia oefenen industriële en logistieke ontwikkelingen een forse druk uit op de schaarse ruimte. De provincie heeft in het streekplan gekozen voor een nieuw concept en een ontwikkeling in gang gezet om hier een duurzame combinatie te maken van landschap en ecologie samen met een bedrijvenpark in het groen.

Een verantwoorde integratie van de diverse waarden (natuur, landschap, milieu, archeologie, koppeling van rood en groen en verantwoord ondernemen) staat centraal.

Greenport Venlo

Op deze locatie ontwikkelt de Regio Venlo het businesspark Greenport Venlo. Dit is een onderdeel van een ruimtelijke ontwikkeling waarbij een grootschalig industrieterrein (Trade Port Noord), een parkzone (Park Zaarderheiken met natuurkern, golfbaan en land-goederenzone) en Greenport Venlo integraal tot ontwikkeling worden gebracht. Leidende gedachte voor de ontwikkeling van dit terrein is 'werken in het groen'. Er wordt een werklocatie ontwikkeld met kantoorachtige gebouwen waar ruimte is voor schone technologie, R&D activiteiten, regie van versketens, hoogwaardige maakindustrie en dergelijke. Marktonderzoek toont aan dat er meer dan voldoende marktpotentie is: R(earch)



&D(evelopment) in de versmarkt en de regie van versketens zijn belangrijke speerpunten. Er is ook ruimte voor een congres- en vergadercentrum.

Greenport Venlo krijgt een zeer laag bebouwingspercentage: van het bruto 80 ha grote terrein wordt uiteindelijk slechts circa 10 ha bebouwd. Ten tijde van de Floriade zullen pas enkele bouwkavels zijn uitgegeven. Natuurlijk is het van cruciaal belang toekomstige 'bewoners' zorgvuldig te selecteren. Goede afstemming hierover met de Nederlandse Tuinbouwraad is een must.

Wij zien de combinatie van de Floriade en het businesspark als een win-win-situatie: architectonisch fraai vormgegeven gebouwen zijn niet alleen een esthetische aanwinst voor de Floriade, maar meerdere gebouwen zijn functioneel ingepast in het ontwerp van het Floriade-park. De ene keer voor binnententoonstellingen, de andere keer om concepten als Plants for People in de praktijk te tonen.

3 1 2 REGIONAAL EN NATIONAAL

Wanneer we vanuit de locatie uitzoomen naar regionaal en nationaal niveau, zijn vele opmerkingen te maken over de relaties tussen de tuinbouw en de Regio Venlo.

Regio: economie

Noord-Limburg kent een lange tuinbouwhistorie en vormt samen met Zuidoost-Brabant het tuinbouwgebied Zuidoost-Nederland. De tuinbouw hier is van grote economische waarde en is wat betreft productiecapaciteit het tweede tuinbouwgebied van Nederland. Qua teeltoppervlakte zijn wij zelfs het grootste tuinbouwgebied in Nederland en zeker het meest veelzijdige. Alle sectoren van de tuinbouw zijn in onze regio vertegenwoordigd. Ook in de voedingsindustrie neemt Zuidoost-Nederland een prominente plaats in met ongeveer 21 procent van de landelijke productiecapaciteit. De sierteelt realiseert ongeveer 8 procent van de landelijke productie. In 2002 bedroeg het glasareaal ruim 1.130 ha en het areaal vollegrond 18.000 ha. Bovendien bevindt zich 60 procent van het landelijke champignonareaal in Zuidoost-Nederland. In bijlage 1 vindt u hierover meer gedetailleerde informatie.

Regio: duurzaamheid

De komende jaren worden de projectvestigingsgebieden glastuinbouw Californië (gemeente Horst aan de Maas) en Siberië (gemeente Maasbree) ontwikkeld met een oppervlakte van ruim 560 ha bruto. Voor de realisering van Californië heeft het ministerie van LNV een subsidie toegekend van € 7 (Stimuleringsregeling duurzame glastuinbouw). Voor een duurzame samenleving is het behoud van de primaire sector in Nederland essentieel. Daarom wordt gestreefd naar nieuwe vitale en duurzame clusters in de groene ruimte. In Zuidoost-Nederland is er vanuit marktpartijen en belangenorganisaties volop aandacht voor duurzame agrarische productie. Overheden hechten veel waarde aan het

faciliteren van dit proces. Vanwege het hoge ambitieniveau op het gebied van duurzaamheid, geldt glastuinbouwgebied Californië als hét voorbeeld van duurzaamheidsinnovaties in de regio.

Dit komt onder meer tot uiting in de projecten 'Agro-Eco park', 'Nieuw gemengd bedrijf' en 'Glastuinbouw met toekomstwaarde'.

Regio: kennis

Op het terrein van kennis en kennisontwikkeling kenmerkt Zuidoost-Nederland zich door het ontwikkelen van vraaggerichte structuren, ter vervanging van het oude, aanbodgerichte OVO-drieluik (onderzoek, voorlichting en onderwijs). Kenniscentra als KnowHouse en Botany (een verzelfstandigde eenheid vanuit de proeftuin in Horst-Meterik) initiëren, stimuleren en ondersteunen innovaties in de regio vanuit een vraaggerichte benadering. Ook de Agrofoodcommunity Zuidoost-Nederland is druk doende om vraaggestuurd nieuwe innovaties van de grond te krijgen.

De InnovaToren gaat als innovatie- en kenniscentrum (KnowHouse) het landmark vormen van de innovatoren in de regio en krijgt een prominente plaats op de locatie van de Floriade.

Klavertje 4

In de directe nabijheid van Venlo worden de komende jaren een aantal majeure projecten tot ontwikkeling gebracht. Namelijk de ontwikkeling van de project-vestigingen glastuinbouw Californië en Siberië, het bedrijventerrein Trade Port Noord en de uitbreiding van Veiling ZON. Deze reeks van projecten, aangeduid als Klavertje 4, kent een duidelijke agrologistieke functie en samenhang. Deze samenhang bestaat erin dat productie, handel, verwerking en distributie van primaire producten op een steenworp afstand van elkaar zijn gelegen.

De vormgeving van deze projecten vindt plaats in samenhang met de ontwikkeling van een substantiële oppervlakte groen en natuur die samen belangrijke ecologische verbindingen vormen tussen natuurgebieden in de omgeving van het Klavertje 4-gebied.

De gebiedsgerichte coördinatie van het Klavertje 4 is in handen van de provincie Limburg. Het belang van de regio Zuidoost-Nederland en de functie van het Klavertje 4 is inmiddels ook door de rijksoverheid erkend en gezien. Dit blijkt uit het feit dat in de Nota Ruimte (NR) het agrocluster Venlo is aangewezen als 'greenport' en dat Klavertje 4 op de Uitvoeringsagenda NR is opgenomen als voorbeeldproject ontwikkelingsplanologie. Venlo is als grensoverschrijdende economische regio in de Nota Gebiedsgerichte Economische Perspectieven (GEP) aangeduid, terwijl het bedrijventerrein Trade Port Noord in het Actieplan Bedrijventerreinen van het ministerie van Economische Zaken is aangemerkt als één van de vijftig nationale topprojecten. Bovendien worden Klavertje 4 en de Noord-Limburgse regio in de Nota Mobiliteit uitdrukkelijk genoemd. In deze nota krijgt de verbinding met Venlo een centrale plaats, niet alleen vanwege de agrarische, maar ook in verband met de logistieke functie van de regio.

Regio: samenwerking

Samenwerken is vaak de sleutel tot succes. Er is in dat opzicht een trend van horizontaal naar verticaal gericht denken, in de keten en zelfs over ketens heen. In Zuidoost-Nederland is een groot aantal zeer diverse netwerken en samenwerkingsverbanden actief, die inspelen op de veranderde behoeften. Voorbeelden zijn: 'Agrofood Community Zuidoost-Nederland', 'Platform Agrologistiek', 'Klavertje 4', 'NV Economische Impuls Regio Venlo', 'Dynamisch Platteland', 'Innovatiecafé Venray', 'Vitaal Platteland', 'A(n)gry young men', 'ZON Fresh Park', een groot aantal telersverenigingen en de tuinbouw businessclub.

Regio: cultuur

De tuinbouwcultuur is onderdeel van het woon- en leefklimaat in onze regio. Ongeveer 15 procent van de bevolking werkt in de tuinbouw en de daaraan gerelateerde bedrijvigheid. Regio Venlo is tuinbouw. Deze tuinbouwcultuur blijkt ook uit de vele evenementen en activiteiten die hier worden

georganiseerd. We noemen het Rozenfestival Lottum (45.000 bezoekers in drie dagen in 2004), de Aspergerie (promotie-evenement ter gelegenheid van het aspergeseizoen) en AspergeRijk 2005 (een vierjaarlijks symposium waarbij wetenschappers uit de hele wereld de laatste ontwikkelingen uitwisselen op het gebied van aspergeteelt, veredeling en fysiologie; in 2001 vond deze plaats in Japan). Maar ook de Hiltho (65.000 bezoekers in zes dagen), de tuinbouwvakbeurs, open dagen tuinbouw, fiets- en wandelroutes met speciale aandacht voor de tuinbouwsectoren en een groot aantal verkooppunten van streekproducten, daarnaast zijn nog vele andere activiteiten te noemen.

ZON Fresh Park en FloraHolland

In 2002 zijn de sierteeltactiviteiten van ZON Sierteelt BV opgegaan in de FloraHolland-organisatie. Voor FloraHolland betekent de vestiging Venlo een belangrijke uitbreiding van haar marktaandeel in het Zuid-Nederlandse productiegebied.

De beide veilingen (ZON en FloraHolland) liggen centraal op de kruising van de snelwegen A67 (oost-west) en A73 (noord-zuid).

Beide veilingen breiden op dit moment hun activiteiten flink uit. Verder is de bouw gestart van een nieuw cash- en carrycentrum met groothandelsbedrijven voor de sierteeltbranche, planten, verpakkingsmaterialen en bloemisterijbenodigdheden. Recent opende ook Trends & Trades hier haar deuren: een groothandel voor de bloemisterij.

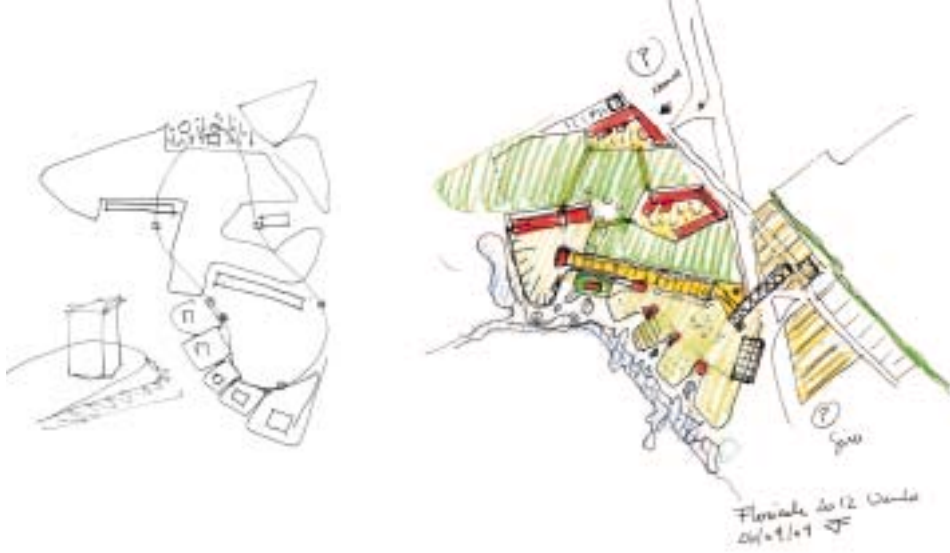
3 1 3 EN VERDER?

Verder biedt de Regio Venlo u een groot en uitermate belangrijk achterland: het Ruhrgebied in Duitsland. Voor de Nederlandse tuinbouw is dit nog steeds het belangrijkste exportgebied.

De regio is niet alleen greenport-gericht op export van tuinbouwproducten, maar verzorgt ook voor onder meer Nordrhein-Westfalen een belangrijke distributiefunctie. Dit biedt ook extra marketingkansen voor het product Floriade 2012.

Wij zijn er van overtuigd dat de Duitse consument in groten getale de Floriade zal bezoeken: zij geven er al jaren duidelijk blijk zeer 'empfindlich' te zijn voor een spectaculaire 'Gartenschau'.





Nederland kent een lange en veelbetekenende traditie waar het gaat om een integrale aanpak van land, water en ruimte. Vooral het thema wonen, en dan in combinatie met het inrichten van de openbare ruimte, staat steeds hoog op de agenda. Door deze traditie ontstonden mechanismen die als het ware een zekere basiskwaliteit garanderen. Op dat gebied is nog het nodige aan kwaliteit te winnen, getuige concepten als de Groene Stad.

Tuinbouw is een andere Nederlandse vinding. Het ontstaan ervan en zeker de wijze waarop de tuinbouw zich in de laatste decennia heeft ontwikkeld, hangt nauw samen met het verstedelijkte karakter van onze samenleving. De intensiteit van het ruimtegebruik, de logistiek, de keten- en netwerkvorming zijn allemaal vanuit de stad voortgekomen. Tuinbouw is stadslandbouw en dat is de inspiratie voor de Floriade in de Regio Venlo.

De Floriade Regio Venlo 2012 heeft de focus niet (primair) gericht op het maken van woonwijken in de stad, maar richt zich op de interactie met landelijke en suburbane inrichting. Per slot van rekening nemen industrie, distributie en dienstverlening vandaag de dag steeds meer ruimte en landschap in beslag. De inrichting van die gebieden is louter functioneel. Relaties met het landschap gaan verloren.

Voor steden- en landschapsbouw geeft de Floriade een antwoord op de vraag hoe de vormgeving van de productielocaties verder ontwikkeld moet worden tot een voor het landschap acceptabel niveau: wij presenteren u hét werklandschap van de toekomst! Wij creëren aan de hand van een integraal ontwerp een nieuw, esthetisch verantwoord businesspark met als uitgangspunt een meerwaarde voor stad, mens, flora en fauna. De combinatie met Greenport Venlo staat daarbij garant voor een duurzame toekomst.

Het naast elkaar bestaan van, of beter gezegd de ruimtelijke gelijktijdigheid en overlapping van vrije tijd, productie, dienstverlening en recreatie in één en hetzelfde landschap, betekent niets anders dan werken aan een nieuwe typologie van ruimte. Een nieuw imago. Floriade Regio Venlo 2012 presenteert u dat.

De elementen van het ontwerp

Het ontwerp is op hoofdlijnen opgebouwd langs vijf elementen: lagen en lijnen, bos en beek, eilanden, poort en pier, koning en ontdekker. Zij vormen samen het natuurlijk podium waarop de tuinbouw de wereld haar innovaties en creativiteit toont.



 Plangebied in relatie tot veiling-
gebouwen en verkeersknooppunt





3 2 1 LAGEN EN LIJNEN

Basis voor het ontwerp is het landschap met de daarin aanwezige oude lijnen. Zij vormen het fundament voor uw natuurlijk podium. Vanuit die basis zijn verschillende lagen over elkaar heen gelegd, zoals archeologie en cultuurhistorie, contouren en ruimtes, nieuwe gebouwen van een bedrijvenpark. Zij vormen samen een veelzijdig nieuw totaalbeeld. De bezoeker wordt gestimuleerd om deze veelzijdigheid te beleven: zien, voelen, ervaren! Archeologie en onderzoek worden hier samengebracht, verleden en toekomst naast elkaar: samen sterk!

Gelaagd lijnenspel

<i>Lijnen in ecologische basisstructuren</i>	<i>Water – aarde – bos</i>
<i>Lijnen in infrastructuur</i>	<i>Paden – straten – wegen</i>
<i>Verschillende tijdslagen</i>	<i>Verleden – nu – toekomst</i>
<i>Ruimtelijke lagen</i>	<i>Open vlakken – gesloten bos</i>
<i>Lagen van gebeurtenissen</i>	<i>Aanpassing door de mens</i>



Beek als natuurlijke gebiedsgrens



Bos als ruimte



Bos als coulissen





LOCATIE
EN
ONTWERP

3 2 2 BOS EN BEEK

De bestaande bos- en beekstructuren zijn symbolen voor de geografische en culturele achtergrond van het gebied. Dwars door Greenport Venlo is een ecologische verbinding-zone gepland. Het Floriade-ontwerp geeft daarvoor de blauwdruk, waardoor ná de Floriade de gewenste ecologische verbindingen haast als vanzelfsprekend tot ontwikkeling komen.

Wandelend over de Floriade biedt het bos de bezoeker niet alleen visuele recreatie: je kunt het bos ook ruiken! Als groene massa contrasteert het met de beplantingsvakken van de Floriade. Het bos is van oorsprong een door de mens gemaakt werklandschap (een productielandschap waar hout voor de mijnbouw werd geproduceerd). Ter verduidelijking van het verleden worden veel constructies op het terrein van hout gemaakt. Hout, dat eigenlijk voor de mijnbouw bestemd was, krijgt zo een nieuwe bestemming.

Archeologische paden, maar ook houten kunstobjecten en speelelementen nodigen uit om ontdekt te worden. Sport, spel en avontuur bieden jongere bezoekers een extra dimensie.

De beek is een ecologische lijn die naar het verleden en naar de oorsprong van het gebied verwijst. De Floriade gebruikt deze lijn voor het thema 'vernieuwing'. Enerzijds zijn er natuurlijk ontwikkelde biotopen waarin niet wordt ingegrepen. Anderzijds zijn er door de mens gecultiveerde zones. Deze twee, natuur en cultuur, worden tegenover elkaar gezet.

De beek wordt zodanig aangepast dat een natuurlijke gebiedsgrens ontstaat. De Floriade en het omliggende landschap versmelten.





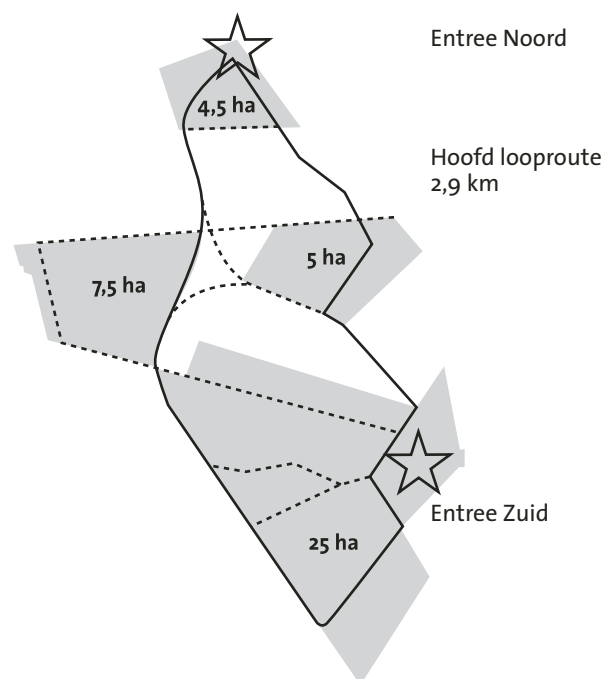
- ① Voedingseiland
tentoonstelling voedingstuinbouw
- ② Hortus conclusus sierteelteiland
tentoonstelling sierteelt
hegstructuren
geneeskrachtige planten
- ③ Akkereiland
kleinschalige landschapspatronen
vlakken met akkerplanten
- ④ Open landschap
open zonder ruimtelijke afscheidingen
alleen topografische ingrepen

3 2 3 EILANDEN

Het Floriade-terrein is opgebouwd uit open ruimtes (eilanden) in en rond de beslotenheid van het bos. De eilanden zijn ruimtelijk duidelijk begrensd en vormen markante contouren met een eigen identiteit. Feitelijk ontstaan er kamers in een coulisselandschap die door lijnen (ringwegen) worden verbonden tot een opeenvolging van ruimte en beleving.

De eilanden vormen samen de kern van de tentoonstelling. Ieder eiland biedt de bezoeker een ander podium, een andere beleving. Alle zintuigen komen daarbij rijkelijk aan bod. De ene keer door prachtige geurende bloemen, een andere keer weer door helende en geneeskrachtige planten en een volgende keer door één van de vele proeverijen. Tuinbouwproducten zijn er niet alleen om naar te kijken, je kunt ze ook eten! De Bourgondische inslag van Limburg staat garant voor vele verrassende en smakelijke proeverijen (de Paddestoelerij van Heveco is hiervan een sprekend voorbeeld).

De eilanden zijn met elkaar verbonden via verschillende routes: een eilandenroute, een themaroute, een evenementenroute en een activiteitenroute. De opzet en aaneenschakeling van de eilanden biedt de bezoeker de keuze al dan niet dieper in te gaan op een thema, evenement of activiteit.

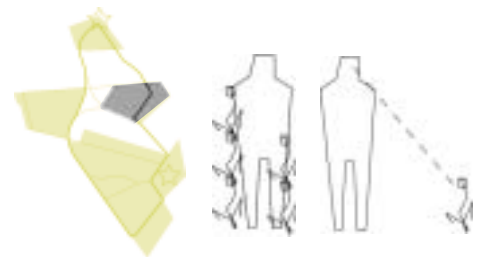


① VOEDINGSEILAND



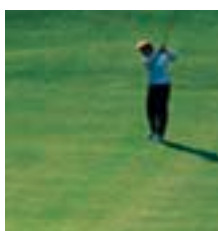
- Entree gebouw
- Fruitbomenexpositie
- Keukenkruidenveld
- Bollenpresentatie (deel noord)

② HORTUS CONCLUSUS SIERTEELTEILAND



- Geneeskrachtige plantententoonstelling
- Sierteeltpresentatie

③ AKKEREILAND

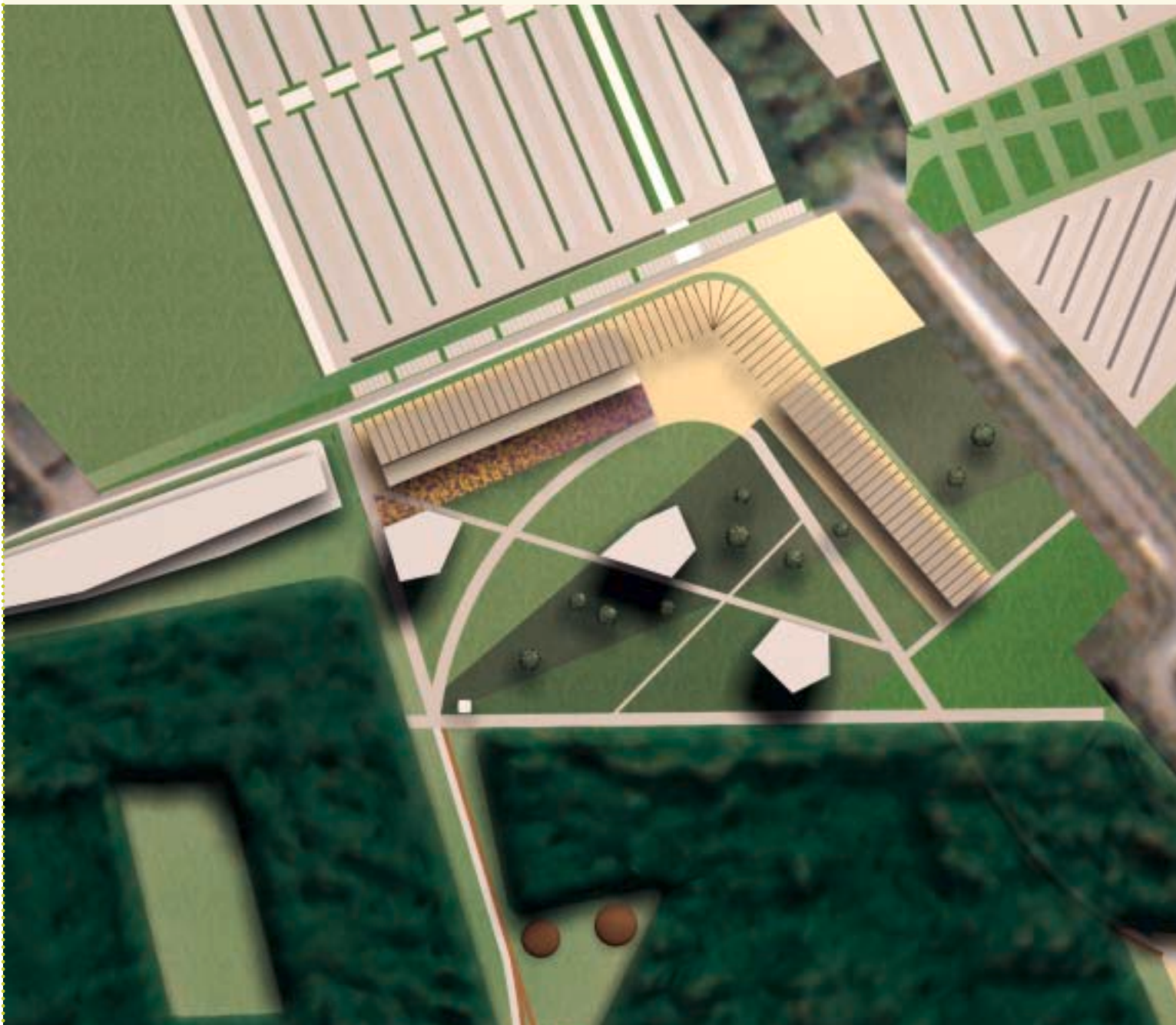
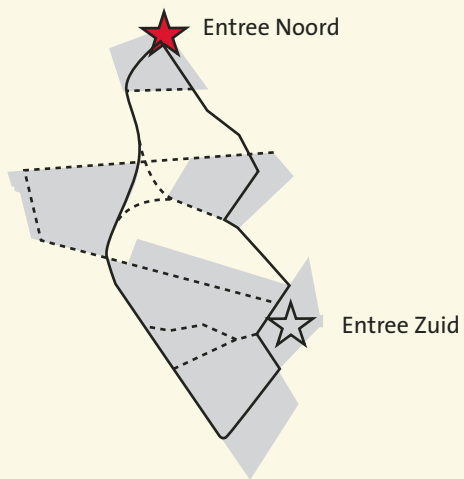


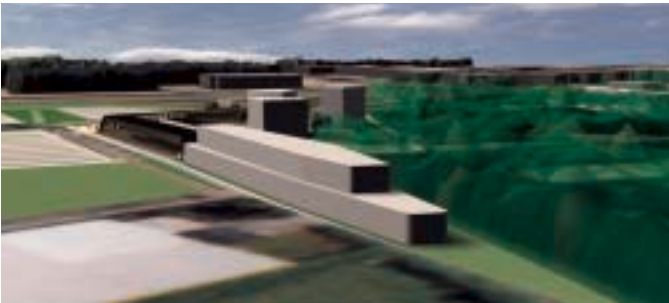
- Akkerplanten
- Horecavoorzieningen
- Sportvelden

④ OPEN LANDSCHAP



- Landbouw
- Kinderboerderij
- Bollenpresentatie





3 2 4 POORT EN PIER

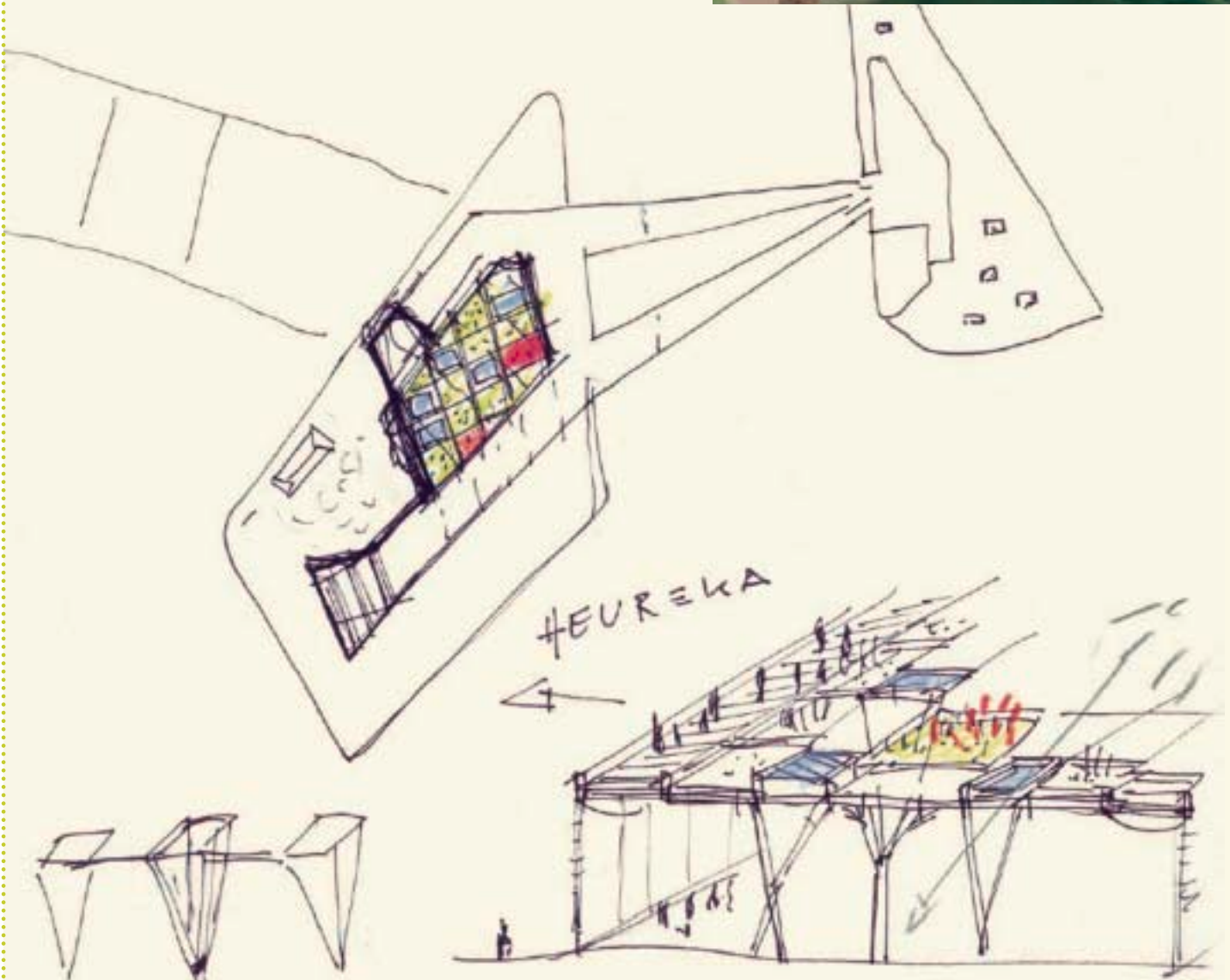
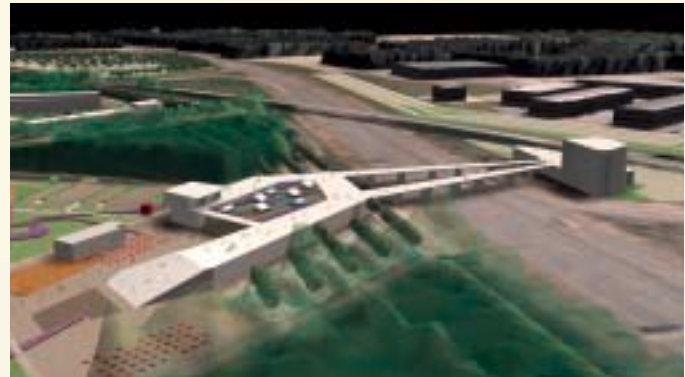
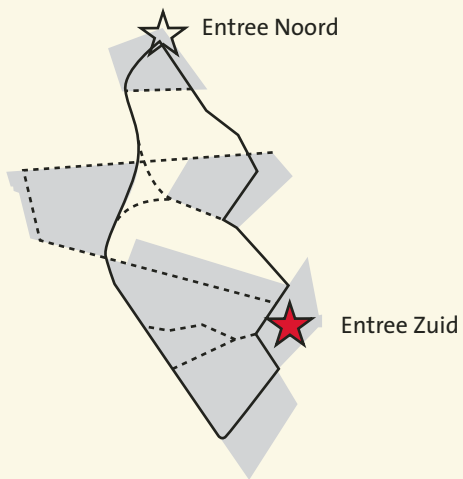
Pergolastructuur entree Noord

Uw natuurlijke podium bereikt u via een poort en een pier: de ingangen van de Floriade. Ook na de Floriade blijven dit de anker- en koppelingspunten voor mensen die er werken, voor bezoekers of voor een toevallige voorbijganger.

Poort (entree noord)

Geconstrueerd als houten skelet verlengt de Poort het bos en creëert daardoor het eerste eiland. Van daaruit leiden open en geheimzinnige paden naar de andere eilanden in het terrein.

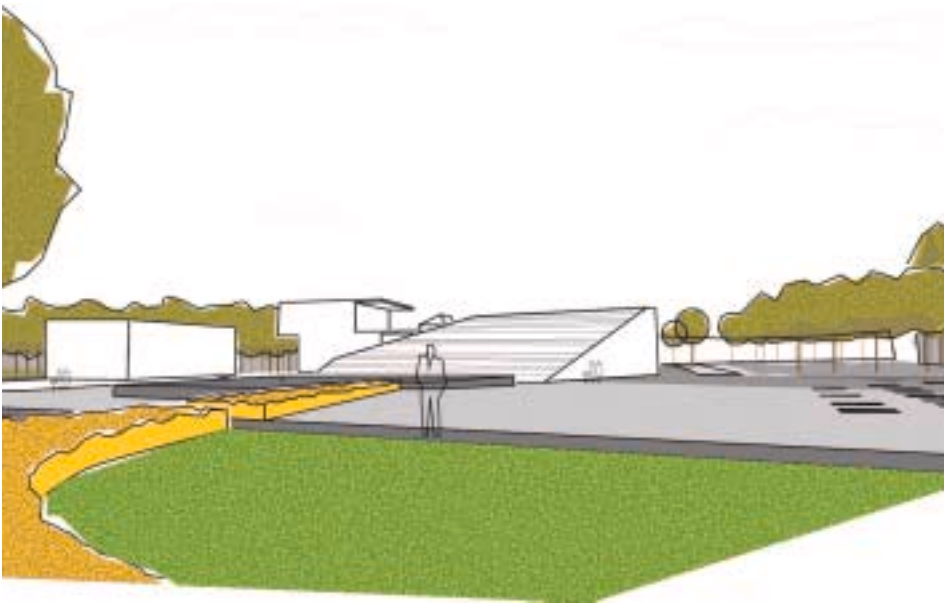
In de houten constructie van de Poort is plaats voor werkruimte. Voor het Floriade-personeel en het Floriade-management, voor commerciële doeleinden van derden of voor laboratoria en andere bedrijfsactiviteiten. Wetenschap en onderzoek vormen hier zo een 'open werkplaats' voor het publiek.



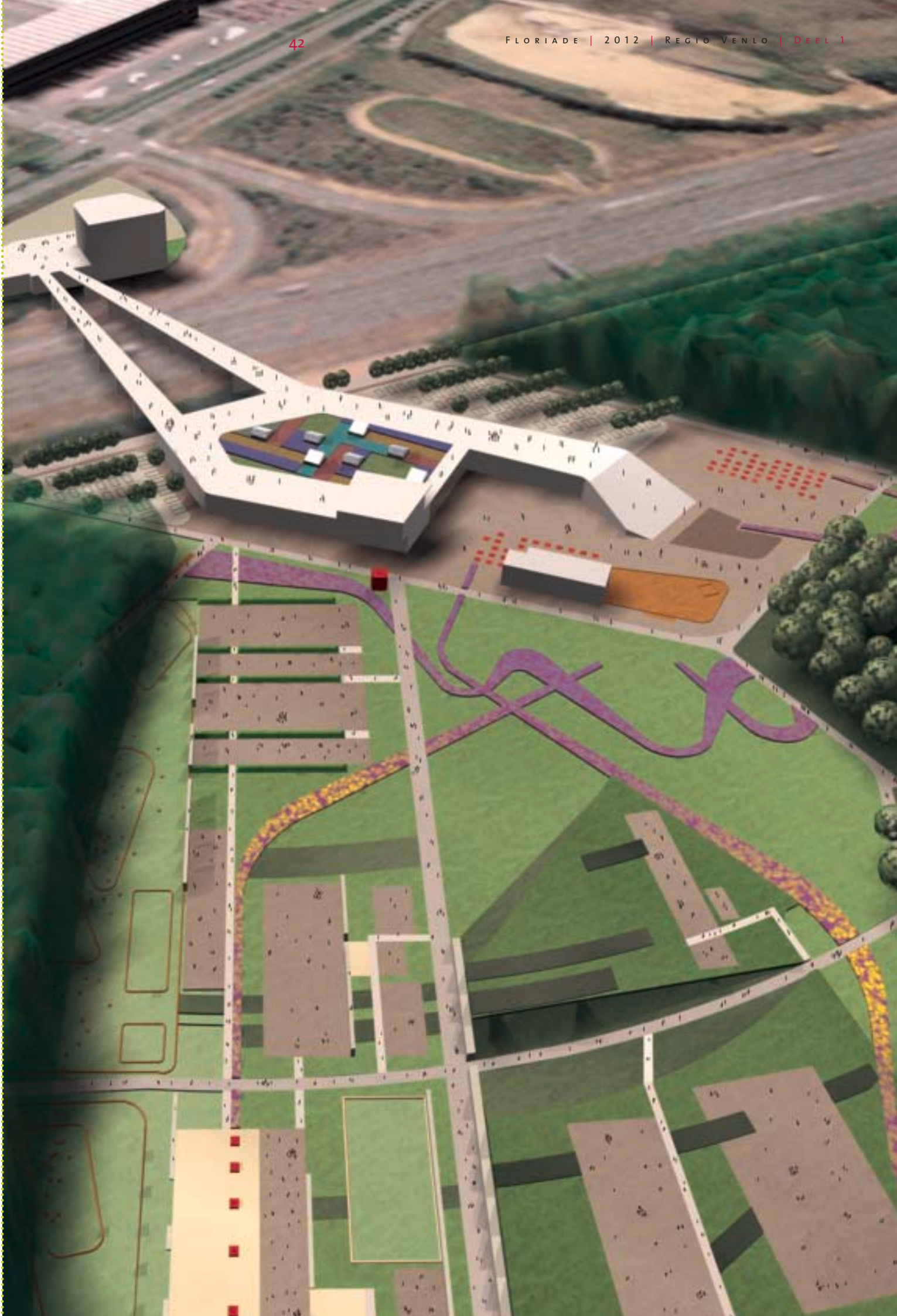
Pier (entree zuid)

De vakbezoeker en alle andere bezoekers met openbaar vervoer en touringcars komen de Floriade binnen via een houten 'bloemenpier' die de snelweg overbrugt. Het geeft de bezoeker een royaal en werkelijk spectaculair uitzicht over het terrein.

De pier overbrugt de infrastructurele barrière; letterlijk en figuurlijk. Hij creëert een permanente verbinding met de terreinen van ZON Fresh Park en FloraHolland. Daarmee geeft hij een belangrijke impuls aan de toekomstige relatie tussen beide gebieden.

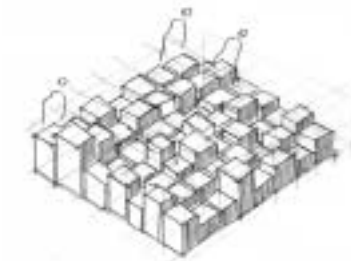


 Dubbelfunctie auditorium en entree



3 2 5 KONING EN ONTDEKKER

Wandelend over de Floriade voelt de bezoeker zich de koning te rijk. Of hij nu majestestelijk van de trappen van de pier afdaalt naar het centrale eiland, of prinsheerlijk op een bank geniet van de prachtige combinaties van tentoongestelde tuinbouw in een natuurlijke omgeving. Al zijn zintuigen ervaren weldaad en bundelen zich samen in een verwonderd en gefascineerd gevoel in een wereld die tuinbouw heet.



The background is a solid orange color. A dark red horizontal bar is positioned in the upper right quadrant. To the right of this bar, a white L-shaped geometric element is visible. A vertical dotted line runs down the right side of the page, and a horizontal dotted line runs across the top right corner.

MARKETING- COMMUNICATIE

Met het organiseren van de Floriade hebben we een driedig doel voor ogen:

- 1 De Nederlandse tuinbouw in al zijn facetten maximaal promoten als toonaangevend in de wereld en het uitdragen van Nederlandse tuinbouwproducten als topproducten.
- 2 De ontwikkeling van de tuinbouw in de regio bevorderen.
- 3 De Regio Venlo op de kaart zetten als een economisch, maatschappelijk en toeristisch aantrekkelijk woon-, werk- en verblijfsgebied.

Wij gaan het A-merk Floriade na toewijzing maximaal gebruiken om de Nederlandse tuinbouw, de regionale tuinbouw en andere regionale economisch-maatschappelijke ontwikkelingen te promoten. Waarom wachten tot 2011 of 2012 met het naar buiten treden van de plannen? Na toewijzing gaan we in 2005 direct aan de slag met public relations, marketing- en promotieactiviteiten. Natuurlijk doen we dat in goed partnerschap met de tuinbouwmarketingorganisaties. Samen!

Ons doel is om minimaal 2,5 miljoen bezoekers te genereren. Dit willen we bereiken door het opbouwen van een goede bekendheid van het evenement en het aanzetten tot daadwerkelijk bezoekgedrag. De internationale marketingcommunicatie willen we samen met het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) aanpakken. Daarbij zoeken we samenwerking met de landen om ons heen, met name Duitsland.

De bewuste consument

We zijn ons er heel goed van bewust dat de Wereldtuinbouwtentoonstelling zich onderscheidend en professioneel moet presenteren aan alle vakmatige doelgroepen in de sector. De juiste benadering van de binnen- en buitenlandse consument is ons inziens evenwel de belangrijkste sleutel om de Floriade 2012 te laten excelleren. We beseffen dat de consument ons alleen in de armen sluit als we weten in te spelen op zijn wens om iets te willen meemaken, leren en beleven. De consument is immers actief en creatief, en zelfbewust. Hij schept zijn eigen aanbod, of zet het aangeboden naar zijn eigen hand. Hij wil een attractie die meer is dan een weldoordachte expositie van tuinbouwproducten.

Daarom laten we de Floriade 2012 direct aanhaken bij de groeiende behoefte van mensen aan welzijn, schoonheid, gezondheid, welbevinden en authentieke ervaringen ('wellness'). De Floriade zoals die ons voor ogen staat, past evenzeer in het menselijk verlangen om verbonden te zijn met andere mensen en de natuur ('bonding'). Evenals de sector met zijn producten doet, speelt de Floriade een rol binnen heel basaal menselijke behoeften. Voeg daarbij de grote aandacht voor het belang van ecologische en archeologische waarden, zoals door consumenten beleefd, dan zijn impliciet de belangrijke uitgangspunten voor marketing en communicatie gegeven.

Wie gaan we bereiken?

De marketing- en communicatie-inspanningen richten zich tot en met 2012 op binnen- en buitenlandse consumenten, hun intermediairs en de professionals binnen de (internationale) sector. We zijn van mening dat de Floriade, als een eenmalige gebeurtenis in de tien jaar en mits

goed gecommuniceerd, absoluut een sterke aantrekkingskracht heeft op een breed publiek (zowel gezinnen, als jong en oud). De tuinbouwwereld met al haar kennis en vernieuwingen vormt een kracht op zichzelf. Dit vraagt een expliciete marketingbenadering waarin het publiek concreet en beeldend enthousiast wordt gemaakt voor de Floriade.

De brede doelgroep zal per gebied verschillen. Voor elk segment moet vanuit de centrale marketinggedachte een gericht aanbod worden ontwikkeld in termen van programma, vermaak, verblijf, vervoer en bijbehorende prijsstelling. Merchandising op maat mag daarin niet ontbreken. Bij voorkeur ontwikkelen we dit aanbod via joint ventures.

Naast die primaire groepen bestaan ook secundaire en tertiaire doelgroepen die een rol spelen in het succes van de Floriade 2012, zoals de sponsors, partners en de media. In de loop van het proces dienen ook zij met een specifiek op hen gerichte aanpak te worden benaderd.

De Floriade start in 2005

Voor de Regio Venlo begint de Floriade in 2005, zowel voor het vakpubliek als de consument. Voor de branche en het consumentenpubliek ontstaan direct mogelijkheden als we ons, naast een uitgebreid digitaal aanbod, richten op nationale en internationale congressen, (buiten)exposities, symposia en evenementen. Evenals op bijvoorbeeld (internationale) bestuursvergaderingen op of nabij de Floriade-locatie. Dit alles als een steeds sterker wordende opmaat naar 2012.

We zien de Floriade 2012 niet als een tienjaarlijks terugkerend evenement, maar als een continu marketing- en promotieproces voor de tuinbouwsector met een tienjaarlijks spectaculair hoogtepunt. Daarom is ook permanente media-aandacht (radio, tv, dag-, vak- en weekbladen) van groot belang om van begin af aan ook de consument te betrekken bij de tuinbouw en de voorbereiding van de Floriade 2012 (the making of).

Beginnend in 2005, ontstaat er tot 2012 een prima mogelijkheid om marketing en communicatie heel intensief naar het uiteindelijke evenement toe te bouwen. Ons voorstel is om in zes tijdsfases naar de apotheose, de Floriade 2012, toe te werken. In deel 2, hoofdstuk 3, onderdeel 3.2, hebben we deze fases nader uitgewerkt.

Onderscheidend vermogen

De Floriade zal in 2012 in concurrentie zijn met andere attracties die dingen naar de hand van de consument. Het is daarom van groot belang te bepalen wat het werkelijk onderscheidend vermogen van de Floriade is. Dat is temeer belangrijk omdat bijvoorbeeld in 2012 zowel Disneyland als De Efteling jubileren. We gaan consumenten daarom heel adequaat helpen in hun keuzeproces ten faveure van de Floriade.

In essentie is de door vele eeuwen heen opgebouwde kennis en ervaring het ware kapitaal van de Nederlandse tuinbouw. De Floriade is feitelijk de concentratie daarvan en onderscheidt zich door werkelijk te beleven kennis van het reguliere attractiepark, dat eigenlijk enkel op verstrooiing is gericht. Tijdens de Floriade kun je indrukwekkende tuinbouw kennis zien, horen, ontwikkelen, voelen, proeven en ervaren. Zo sluit ons evenement aan bij de steeds sterker wordende hang naar echtheid, waarheid en authenticiteit.

Specifiek voor de Floriade 2012 in de Regio Venlo zijn het integrale ontwerp (cultuurlandschap, ecologie, archeologie, relatie groen-rood) en de directe koppeling met de tuinbouw in de regio (ZON Fresh Park, FloraHolland, Californië, Siberië, etc.). Maar ook de cultuur, sfeer en ambiance, die zo kenmerkend zijn voor deze regio.

Sponsoren

Wij zijn er voorstander van dat de Floriade-organisatie als manager en initiator met haar sponsors een partnership aangaat, waarin beide partijen er voortdurend op uit zijn zaken synergetisch aan te pakken en uit te voeren. Het is derhalve van belang om na te gaan met hoeveel sponsors zo'n partnership mogelijk is, omdat branche-exclusiviteit nu eenmaal zijn beperkingen stelt.

Relevant is ook de vraag naar het sponsorprofiel: dus hoe ziet onze ideale sponsor er uit? En wat heeft hij meer te bieden dan alleen geld? Ongelimiteerde toegang tot een massapubliek via bijvoorbeeld televisie of andere distributiepunten zou wel eens interessanter kunnen zijn dan een op tijd overgemaakt sponsorbedrag. We stellen ons voor dat sponsorfindig niet alleen gericht zal zijn op het snel binnenhalen van hoofdsponsors; ook een goed ontwikkeld partnership met het midden- en kleinbedrijf in de regio is alleen al om promotionele redenen cruciaal.

Strategische middeleninzet

Het is ondoenlijk en niet wenselijk nu reeds exact aan te geven welke middelen de komende jaren communicatief zullen worden ingezet om de Floriade Regio Venlo 2012 op de kaart te zetten. Wel kunnen we een aantal strategische keuzes maken met betrekking tot in te zetten categorieën van middelen, waarmee een coherente basis ontstaat voor een zorgvuldige opbouw van de marketing en communicatie.

We onderscheiden een 'corporate-fase' en een 'marketingfase'. In die eerste fase wordt op een inhoudelijke en herkenbare wijze bekendheid gegeven aan de Floriade. Basismiddelen daarvoor zijn de communicatiestijl, internet en public relations, die bekendheid en een inhoudelijk gezicht geven aan het evenement.

Het zwaartepunt van de inspanningen ligt in de uiteindelijke marketingfase, waarin bezoekers worden geworven en entreekaarten worden verkocht. In deze fase ligt de nadruk op advertising, salespromotion, e-marketing en marketing/product-public relations, waarbij we in de diverse regio's zoeken naar gerichte en creatieve vormen van samenwerking met media of andere organisaties die joint promotions mogelijk maken om een massapubliek te bereiken.

Tot slot

We zijn nadrukkelijk van mening dat de verdere concretisering van de marketing-communicatieve benadering direct na toewijzing samen opgepakt moet worden in de Floriade-organisatie en dat de promotieorganisaties van de tuinbouw een prominente rol moeten spelen, zowel wat betreft boodschap als budget.



Professionele



omgeving



HET FINANCIEEL PLAN

Wij hechten aan een solide begroting. Het gaat per slot van rekening om een 'event' van wereldformaat en wij staan garant voor de kosten. Een stevige en betrouwbare basis voor de financiën is daarbij een absolute voorwaarde.

Onderdeel van onze aanpak is om, zoveel mogelijk, financiële zekerstellingen in te bouwen. Dit blijkt onder andere uit de wijze waarop wij de aanleg van het Floriade-terrein aanbieden. Verder zijn wij er voorstander van om een aantal zaken uit te besteden (financiële administratie, parkeren, catering, e.a.). Een goede afstemming daarover met de Nederlandse Tuinbouwraad is uiteraard een voorwaarde.

Wij hebben de begroting behoudend ingestoken. Bij de kosten hebben we een marge genomen om gemakkelijker eventuele tegenvallers op te vangen. Bij de inkomsten zijn we zeer terughoudend geweest, bijvoorbeeld met bezoekersaantallen en sponsorbijdragen.

Uitgangspunten

Uitgangspunt voor het financieel plan is een sluitende begroting.

Het financieel plan is opgesteld op basis van het prijspeil 2002. Omdat zowel de inkomsten (kaartverkoop, bijdragen overheden, subsidies, sponsoring, exploitaties derden) als de uitgaven (aanleg Floriade-terrein en exploitatiekosten) niet geïndexeerd zijn, is het totale effect beperkt. Uitgangspunt hierbij is dat op alle genoemde bedragen een prijscompensatie plaatsvindt ter grootte van de geldende inflatie.

De vijf gemeenten van de Regio Venlo staan garant voor een bedrag van tenminste € 7 miljoen en de provincie Limburg heeft besloten een bedrag van € 7 miljoen ter beschikking te stellen. Met de gekozen uitgangspunten zijn de totale kosten en baten in evenwicht.

De gemeenten nemen het financiële risico op zich. Om dat risico te kunnen managen, is het van belang financiële uitgangspunten en randvoorwaarden uit te werken waarbinnen de Floriade-organisatie kan opereren. Basisgedachte daarbij is maximale vrijheid van handelen voor de Floriade-organisatie in combinatie met een verantwoord risicomanagement voor de gemeenten.

Uitgaven

In deel 3 van dit bidboek (alleen aangereikt aan de Nederlandse Tuinbouwraad) zijn de kosten voor de aanleg van het Floriade-terrein uitgebreid gespecificeerd. Hier volstaan we met enkele hoofdlijnen.

De aanleg van het terrein is begroot op € 35 miljoen (prijspeil 2002). Het park is ontworpen voor maximaal 35.000 bezoekers per dag. Een deel van de kosten in onder meer infrastructuur en groenvoorzieningen is zowel voor de Floriade als voor Greenport Venlo noodzakelijk. Deze kosten vallen ten laste van Greenport Venlo. Het financieel voordeel voor de Floriade door deze combinatie bedraagt ongeveer € 10 miljoen.

Naast kosten voor de aanleg van het Floriade-terrein hebben de uitgaven betrekking op de projectorganisatie, de exploitatiekosten van de tentoonstelling, de marketing en promotie,

e.a. De totale exploitatiekosten bedragen € 35 miljoen. In de meerjarenbegroting komen de verschillende begrotingsposten terug.

Bij de exploitatie hebben we bepaalde accenten geplaatst. Zo willen we inzenders goed faciliteren en hebben we een aanzienlijke hoeveelheid middelen begroot voor communicatie, marketing & sales en het werven van sponsors. Meer gedetailleerde informatie is gegeven in deel 2, hoofdstuk 6, paragraaf 6.1a.

Inkomsten

De inkomsten bestaan op hoofdlijnen uit de opbrengsten van de kaartverkoop (waarbij wij als veiligheidsmarge uitgaan van 2 miljoen bezoekers), sponsorbijdragen, exploitaties derden (verhuur en verpachtingen en parkeren) en de bijdragen van de overheden. In totaal zijn de inkomsten geraamd op € 60 miljoen.

De bijdragen van de overheden, te weten de Regio Venlo, overige gemeenten uit de Regio Noord- en Midden-Limburg, provincie en rijk zijn te beschouwen als het eigen vermogen van de Floriade Regio Venlo 2012. Daarnaast mag gerekend worden op Europese subsidies.

Uitgaven versus inkomsten

In het navolgende overzicht zijn de uitgaven en inkomsten tegenover elkaar gezet.

<i>Inkomsten</i>	€ (x 1.000)
Netto opbrengst kaartverkopen	26.000
Bijdragen overheden	22.500
Sponsoring	6.500
Exploitaties derden	5.000
	60.000

<i>Uitgaven</i>	
Netto uitgaven Floriade-terrein	25.000
Exploitatiekosten	35.000
	60.000
Saldo inkomsten en uitgaven	0

De meerjarenbegroting

De kosten voor de aanleg van het terrein zijn geraamd op € 35 miljoen: € 10 miljoen komt ten laste van Greenport Venlo en € 25 miljoen ten laste van de Floriade. Deze € 25 miljoen zijn verwerkt in de meerjarenbegroting. In de navolgende tabel is de meerjarenbegroting indicatief uitgewerkt weergegeven.

<i>Meerjarenbegroting Floriade 2012prijspeil 2002</i>										<i>in € 1.000.000</i>
<i>Uitgaven/jaar</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>totaal</i>
Terrein	0,5	1,0	2,0	3,0	4,0	5,5	7,0	2,0	0,0	25,0
Inzenders	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,5	1,3	0,2	2,5
Inrichting exploitatie derden	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	1,5	2,9	0,7	0,0	5,6
Organisatie	0,5	0,5	0,7	1,2	1,2	1,5	3,1	4,1	0,8	13,6
Communicatie, Marketing & Sponsoring	0,2	0,4	0,2	0,2	0,3	0,5	2,6	2,0	0,0	6,4
Performance & Hospitality	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	2,0	0,0	2,3
Kaartverkoop	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,7	0,0	1,5
Relatiebeheer partners	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3
Onvoorzien	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,0	1,2
Rente & kapitaalverzekering	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	1,2	0,0	0,0	1,6
Totaal uitgaven	1,3	2,1	3,2	4,7	5,8	9,8	18,7	13,4	1,0	60,0
In %	2,2	3,5	5,3	7,8	9,7	16,3	31,2	22,3	1,7	100,0
<i>Totaal uitgaven cumulatief</i>	<i>1,3</i>	<i>3,4</i>	<i>6,6</i>	<i>11,3</i>	<i>17,1</i>	<i>26,9</i>	<i>45,6</i>	<i>59,0</i>	<i>60,0</i>	
In %	2,2	5,7	11,0	18,8	28,5	44,8	76,0	98,3	100,0	
<i>Inkomsten/jaar</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>totaal</i>
Kaartverkoop	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26,0	0,0	26,0
Exploitatie derden	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	2,0	2,0	0,0	5,0
Sponsoring	0,0	0,1	0,2	0,5	1,2	1,2	1,9	1,3	0,2	6,5
Bijdragen overheid	1,4	2,0	3,0	4,3	4,8	7,0	0,0	0,0	0,0	22,5
Totaal inkomsten	1,4	2,1	3,2	4,8	6,0	9,2	3,9	29,3	0,2	60,0
In %	2,3	3,4	5,3	7,9	10,0	15,3	6,5	48,8	0,3	100,0
<i>Totaal inkomsten cumulatief</i>	<i>1,4</i>	<i>3,5</i>	<i>6,7</i>	<i>11,4</i>	<i>17,4</i>	<i>26,6</i>	<i>30,5</i>	<i>59,8</i>	<i>60,0</i>	
In %	2,3	5,8	11,1	19,0	29,0	44,3	50,8	99,7	100,0	
Saldo financiering	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	-0,3	-15,1	0,8	-0,1	

Kavelprijsgarantie

Met het afgeven van de kavelprijsgarantie zijn de financiële risico's van de aanlegkosten van het basispark afgedekt.

Arcadis en Architectenbureau Jo Coenen & Co hebben een kavelprijsgarantie afgegeven voor de ontwerp-, engineering- en aanlegkosten van het basispark á € 35 miljoen (inclusief € 10 miljoen ten laste van het businesspark Greenport Venlo). Deze garantie is gebaseerd op het gepresenteerde ontwerp. De kwaliteit en de kwantiteit van de te realiseren voorzieningen zijn vastgelegd (zie deel 3). Ook de functionaliteit voor en het gebruik door inzenders en bezoekers is gegarandeerd. Binnen de afgegeven kavelprijsgarantie bestaat voldoende flexibiliteit om tussentijdse wijzigingen door voortschrijdend inzicht door te voeren.

De afgegeven kavelprijsgarantie is door een onafhankelijke werkgroep getoetst op volledigheid, prijsniveau en integratie met Greenport Venlo. Deze concludeerde dat het gepresenteerde ontwerp binnen het gegeven budget goed uitvoerbaar is.

De voorgestelde contractvorm met kavelprijsgarantie is door advocatenkantoor Houthoff Buruma getoetst op Europese aanbestedingsregels en staatssteunaspecten.

Uitgaande van de door Arcadis en Architectenbureau Jo Coenen & Co afgegeven kavelprijsgarantie en de door beide bureaus in te brengen ervaringen, heeft de Regio Venlo de intentie ook in de realisatiefase met beide bureaus als partners door te gaan. De onderhandelingen over het ontwerp en de definitieve kavelprijsgarantie zullen gevoerd worden door de op te richten Stichting Floriade 2012.

Arcadis en Architectenbureau Jo Coenen & Co zijn bereid na toewijzing, op basis van het dan definitief vast te stellen masterplan, in een open proces te komen tot een goede en voor alle partijen acceptabele prijsstelling.

A photograph of a field of purple flowers, possibly a lavender field, with several vertical wooden posts or stakes visible in the background. The image has a soft, slightly blurred quality. Overlaid on the lower half of the image is a large white number in a stylized, italicized font.

3.350.000



overnachtingen

The background is a solid purple color. A large, white, curved line starts from the top right and curves downwards towards the bottom right. A vertical dotted white line runs from the top to the bottom of the page. A horizontal dotted white line runs from the left edge to the right edge, passing through the red box.

ORGANISATIE

De voorbereidingsfase

Ter voorbereiding op onze kandidatuur voor de Floriade 2012 is medio 2002 een projectorganisatie in het leven geroepen met een stuurgroep. Deze stuurgroep bestond uit de burgemeesters c.q. wethouders van de gemeenten en een projectteam, samengesteld uit medewerkers van de gemeenten, aangevuld met een aantal externe adviseurs. De provincie Limburg is een grote voorstander van de inspanningen van de Regio Venlo om de Floriade 2012 binnen te halen en heeft zowel in de stuurgroep als in het projectteam actief geparticipeerd.

In 2004 heeft de Regio Venlo besloten om deze projectstructuur om te vormen naar een Stichting Regio Venlo Floriade 2012 met een Raad van Toezicht (de burgemeesters van de gemeenten of hun vervangers en de verantwoordelijke wethouder van de gemeente Venlo) en een directeur-bestuurder. Een eenduidig gezicht naar buiten, slagkracht, flexibiliteit en financiële borging zijn de belangrijkste redenen voor deze nieuwe structuur.

Voor de voorbereidingsfase (de vooraanmelding) heeft de Regio Noord- en Midden-Limburg € 200.000 ter beschikking gesteld. Voor de bidbookfase is door de Regio Venlo, de provincie Limburg en uit Europese CERES-gelden gezamenlijk een bedrag van € 1 miljoen ter beschikking gesteld.

Organisatie na toewijzing

Partnerschap vanuit het gezamenlijke doel

Zoals in de marketingcommunicatieve benadering is aangeduid, heeft de Regio Venlo met het organiseren van de Floriade 2012 een drieledig doel voor ogen:

Op de eerste plaats wil de Regio Venlo de Nederlandse tuinbouw in al zijn facetten nationaal en internationaal promoten. Tevens willen we de regionale tuinbouwontwikkelingen stimuleren en ook de regio op de kaart zetten. Wij gaan voor tenminste 2,5 miljoen bezoekers.

Om deze doelstellingen maximaal te verwerkelijken, moeten de Regio Venlo en de Nederlandse Tuinbouwraad echt partners zijn. Het belang van de Floriade moet altijd voorop staan, ook bij de organisatiestructuur die ontwikkeld moet worden. Dit vraagt om een moderne vorm van besturing en aansturing van de Floriade.

Uitgangspunten

We hebben behoefte aan een heldere en duidelijke structuur en rolverdeling, die continuïteit garandeert. Gelet hierop, willen wij bij de vormgeving van de organisatiestructuur een aantal uitgangspunten hanteren:

- Zoveel mogelijk de uitgangspunten van corporate governance volgen, waarbij overeenkomstig de eisen van transparantie in de geest van Tabaksblat wordt gehandeld.
- Directe politieke invloed op de voortgang van het project moet vermeden worden.
- Het bestuur houdt het project op koers en blijft zoveel mogelijk op afstand van de uitvoering.
- Er moet een professioneel handelend bestuur zijn dat het belang van het totale project voorop zet (integraliteit).

- We gaan uit van een sterke, professionele, centrale directie van vier personen met specifieke expertise op het gebied van:
 - marketing/communicatie;
 - financiën;
 - tuinbouw/uitvoering;
 - algemene coördinatie en relatiebeheer.
- De directie dient duidelijke bevoegdheden te hebben om als ondernemer te kunnen functioneren.
- De NTR heeft bij de voorgaande Floriades gewerkt op basis van een stichtingsmodel en wil voor de organisatie van de Floriade 2012 ook deze juridische rechtsvorm hanteren.

Wij hebben onderzocht op welke wijze de bovenstaande uitgangspunten in een juridische structuur, uitgaande van de juridische rechtsvorm van een stichting, kan worden opgezet en hoe de besturing kan plaatsvinden.

Hiertoe hebben wij een aantal bestuursmodellen getoetst aan onze uitgangspunten. Op basis van deze toetsing staat de Regio Venlo het zogenaamde Raad-van-Beheermodel voor.

Raad-van-Beheermodel

Het Raad-van-Beheermodel kent een Raad van Beheer, een directie en een Raad van Toezicht en komt in grote lijnen overeen met de juridische structuur als gebruikt voor de Floriade 2002.

Raad van Beheer

De kernbevoegdheden alsook de kernverplichtingen binnen de stichting liggen bij de Raad van Beheer. Het betreft:

- de bepaling van het algemene beleid;
- de vertegenwoordiging van de rechtspersoon;
- de verantwoordelijkheid voor de administratie en de financiën;
- de verstrekking van inlichtingen;
- de verantwoording voor de wijze waarop is bestuurd;
- het benoemen van de directie.

De Raad van Beheer wordt gevormd door personen die aangewezen worden door de Nederlandse Tuinbouwraad en de Regio Venlo. Een zo sterk mogelijke professionele personele invulling dient voorop te staan.

De Nederlandse Tuinbouwraad wijst de helft van het aantal leden aan, inclusief de voorzitter.

Directie

De directie wordt een zelfstandig orgaan en heeft bepaalde rechtstreekse bevoegdheden op grond van de statuten. Bepaalde taken, die op grond van de statuten tot de bevoegdheden van de Raad van Beheer behoren, kunnen aan de directie worden gemandateerd. Daarmee

is een zekere mate van autonomie van de directie ten opzichte van de Raad van Beheer gewaarborgd. De directie is met name belast met de voorbereiding en de uitvoering van het beleid.

Aan de directie dienen voldoende ruime statutaire bevoegdheden te worden toegerekend om de organisatie van de Floriade op slagvaardige en professionele wijze vorm te geven.

Op basis van de genoemde uitgangspunten gaan we uit van een sterke professionele centrale directie. De directie bestaat uit vier personen waarvan drie personen specifieke expertise en kunde hebben op het gebied van marketing & communicatie, financiën en tuinbouw & uitvoering.

De algemeen directeur wordt belast met de algemene coördinatie en het relatiebeheer.

De directie is verantwoordelijk en eventueel aansprakelijk voor de wijze waarop zij haar statutair opgedragen taken uitvoert en gebruikmaakt van haar bevoegdheden. De Raad van Beheer behoudt de eindverantwoordelijkheid voor het besturen van de stichting.

De directie is belast met de volgende taken (niet uitputtend):

- voorbereiding en uitvoering van besluiten van de Raad van Beheer;
- dagelijkse leiding;
- vertegenwoordiging van de stichting, behoudens in bestuurlijke aangelegenheden;
- benoeming en ontslag van personeel (tenzij dit aan de Raad van Beheer blijft voorbehouden);
- zorg voor de projectorganisatie;
- financieel beheer;
- het afleggen van verantwoording aan de Raad van Beheer.

Raad van Toezicht

In de juridische structuur voor de Floriade 2002 is gekozen voor een College van Advies. Het verdient aanbeveling om bij de inrichting van de juridische structuur voor de Floriade 2012 te bezien of de destijds gekozen constructie niet door een onafhankelijk toezicht houdend orgaan kan worden ingevuld.

Deze Raad van Toezicht kan het bestuurlijke toetsingskader vormen en kan 'op afstand' toezicht houden of de diverse activiteiten in overeenstemming met de afgesproken kaders plaatsvinden.

Indien besloten wordt om een Raad van Toezicht in te stellen, is een heldere omschrijving van taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden van eminent belang.

Samenvattend

De Regio Venlo opteert voor een stichting op basis van het Raad-van-Beheermodel zoals hierboven op hoofdlijnen is beschreven.

De volgende punten moeten geconcretiseerd worden:

- Nadere invulling van de taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden van de Raad van Toezicht (c.q. Raad van Advies), Raad van Beheer en directie (statuten).
- De bemensing van de Raad van Beheer en de Raad van Toezicht (c.q. Raad van Advies).



Kwaliteit

A close-up photograph of a plate of food. The plate is light pink with a subtle embossed pattern. It contains several white fish fillets, green asparagus spears, and a piece of pink salmon. A small sprig of dill is visible in the lower left corner. The text "van leven" is overlaid in a white, elegant script font across the center of the image.

van leven

BIJLAGE 1

ENIGE KENGETALLEN VAN HET ZON-GEBIED (JAAR 2002)

Enige kengetallen van het ZON-gebied (jaar 2002):

Tabel 1.

<i>Productiewaarde en werkgelegenheid</i>	
Productiewaarde op telersniveau	€ 0,9 mld
Productiewaarde toeleverende bedrijven	€ 0,6 mld
Handelswaarde	€ 1,5 mld
Exportwaarde	€ 1,1 mld
Totale productiewaarde tuinbouw	€ 3,1 mld
Werkgelegenheid tuinbouwbedrijven	16.000 arbeidsjaareenheden
Werkgelegenheid toeleverings-, handels- en dienstverlenende bedrijven	ruim 7.000 arbeidsjaareenheden

Tabel 2.

<i>Areaal tuinbouw onder glas (jaar 2002)</i>		
	<i>In ha.</i>	<i>Landelijk aandeel in %</i>
Groenten	ca. 735	ca. 17,0
Fruit	ca. 8	ca. 24,0
Sierteelt	ca. 315	ca. 5,5
Boomkwekerij	ca. 75	ca. 20,0
Totaal	ca. 1.133	ca. 11,0

Tabel 3.

<i>Areaal tuinbouw in de vollegrond (jaar 2002)</i>		
	<i>In ha.</i>	<i>Landelijk aandeel in %</i>
Groenten	ca. 10.000	ca. 24,0
Fruit	ca. 2.400 ha	ca. 12,0
Zaden	ca. 100 ha	ca. 13,0
Bloemkwekerij	ca. 400 ha	ca. 17,0
Boomkwekerij	ca. 3.700 ha	ca. 29,0
Bloembollen/knollen	ca. 1.400 ha	ca. 6,0
Totaal	ca. 18.000 ha	ca. 18,0

Tabel 4.

<i>Teelt in kweekcellen (jaar 2002)</i>	<i>Landelijk aandeel in m²</i>
Witlof	ca. 11.000
Champignons	ca. 550.000



Veelzijdig

A detailed still life painting featuring a variety of fruits and flowers. In the center, a large, ripe red apple with a green leaf is prominent. To its left, a pear with a long stem and a small leaf is visible. Above the apple, a cluster of small, round, reddish-brown berries is nestled among green leaves. In the foreground, two yellow roses are in bloom, their petals delicately rendered. The background is filled with more fruit, including what appears to be a bunch of grapes and other smaller fruits, all set against a dark, rich background that makes the colors of the produce stand out. The overall style is reminiscent of classical still life paintings, with a focus on texture and color.

stadsleven

DEEL 2
BEANTWOORDING
VRAGEN
VAN DE NEDERLANDSE
TUINBOUWRAAD

1 ORGANISATIE

1 *In hoeverre wordt vanuit de deelnemer invulling gegeven aan het bevorderen van de doelstellingen van de NTR en worden deze beoogd te bereiken?*

In hoofdstuk 4 van deel 1 is beschreven dat het primaire doel het maximaal nationaal en internationaal promoten van de Nederlandse tuinbouw in al zijn facetten is.

2 *Welke organisatiestructuur staat u voor ogen voor de Floriade en hoe ziet u de samenwerking met de NTR?*

2a *Welke bestuurlijke organisatiestructuur wordt voorgesteld?*

De organisatiestructuur is uitgewerkt in hoofdstuk 6 van deel 1.

2b *Hoe denkt u over het vormgeven aan de werkorganisatie tijdens de uitvoering van de Floriade?*

Naar onze mening dienen de statuten van de Stichting Floriade 2012 zo spoedig mogelijk opgesteld te worden, zodat de invulling en benoeming van de leden van de Raad van Beheer direct kan plaatsvinden. De Raad van Beheer dient vervolgens zo spoedig mogelijk de leden van de directie te benoemen.

Van de uitvoeringsorganisatie moet kwaliteit, daadkracht en snelheid van handelen uitgaan in de verschillende fasen van het project. De organisatie moet zo snel mogelijk op nieuwe situaties kunnen inspelen.

De ervaring van de vorige Floriade met het uitbesteden van uitvoerende taken, waaronder de financiële administratie, is goed geweest. De Regio Venlo heeft ook een grote voorkeur voor het uitbesteden van deze taken.

2c *Hoe worden de gezamenlijkheid en de wederzijdse belangen tussen partij en NTR vorm gegeven?*

Met een Raad-van-Beheermodel, zoals beschreven in hoofdstuk 6 van deel 1, worden zowel de gemeenschappelijkheid als de wederzijdse belangen vorm gegeven.

2d *Hoe worden de belangen van de Floriade voor en tijdens de tentoonstelling zeker gesteld bij de partij, zowel bestuurlijk als in de werkorganisatie wanneer de betreffende partij uit een samenwerkingsverband bestaat (voor, tijdens en na de Floriade)?*

Het gekozen bestuursmodel moet bestuurlijk de belangen van de Floriade veilig stellen.

Zoals in de voorbereidingsfase is gebeurd, zal de Regio Venlo ook na toewijzing van de Floriade zorgdragen voor één bestuurlijk aanspreekpunt.

Binnen de Regio Venlo zal voor de werkorganisatie van de Floriade een centrale contactpersoon worden aangewezen die zorg draagt voor de coördinatie van menskracht en de voortgang van noodzakelijke activiteiten, zoals bijvoorbeeld vergunningen.

2

2 INHOUD

2 1a *Hoe denkt u middels de Floriade bij te dragen aan de doelstelling van de sector op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)?*

Een van de belangrijkste uitgangspunten voor de Floriade 2012 is de toenemende wens van de consument te (her-)ontdekken hoe belangrijk tuinbouw en natuur zijn voor welzijn en welbevinden. Met dit uitgangspunt is MVO direct verankerd in de basis van de Floriade 2012 die dan ook met recht de titel 'een natuurlijk podium' draagt.

Concreet is de verankering al direct terug te zien in de gekozen opzet voor het Floriade-terrein. Er wordt geen tijdelijke situatie gecreëerd, maar er is gekozen voor een duurzame inpassing in het te ontwikkelen bedrijvenpark. Een bedrijvenpark bovendien met een bijzonder karakter: bedrijfsactiviteiten worden namelijk in een natuurlijke, groene omgeving ingepast. Hetzelfde mag voor de Floriade-activiteiten worden verwacht.

Daarnaast is maatschappelijk verantwoord ondernemerschap letterlijk verwoord in hoofdstuk 2 van deel 1. Het speelt daarmee een vooraanstaande rol in activiteiten die op het terrein worden geprojecteerd. Er zal bovendien met name in de corporate fase van de communicatie, waar de inhoudelijke boodschap benadrukt wordt, ruime aandacht aan het thema worden besteed.

2 1b *Hoe denkt u middels de Floriade bij te dragen aan de doelstelling van de sector op het gebied van de groene stad gedachte en de kansen van productieprocessen hierbij?*

De hoofdlijnen van de groene stad gedachte hebben we uitgewerkt in hoofdstuk 2 van deel 1.

2 2 *Hoe denkt u de toepasbaarheid van eigentijdse producten te presenteren en daarmee de toekomstgerichtheid van de tuinbouwsector in beeld te brengen?*

Zie hoofdstuk 2 van deel 1.

2 3 *Wat is de eindbestemming van het Floriade-terrein en, daaruit voortkomend, wat zijn de organisatorische en financiële implicaties?*

Zie hoofdstuk 3 van deel 1.

2 4 *Hoe sluit de identiteit van de gemeente aan bij de Floriade?*

Zie hoofdstuk 2, paragraaf 2.1., van deel 1.

2 5 *Hoe ziet u het globale tijdsschema voor de ontwikkeling van de volgende Floriade?*

Voor de aanleg van het basispark gaan wij uit van een oplopend investeringsschema met het zwaartepunt in 2010 en 2011.

Nadere onderzoeken, planvorming en procedures (MER en bestemmingsplan) starten in 2005. Vanaf eind 2005/begin 2006 kan worden gestart met de uitvoering van de hoofdinfrastructuur. Deze hoofdinfrastructuur wordt in hoofdzaak aangelegd in het kader van de ontwikkeling van Greenport Venlo. De structuurbepalende beplantingen zijn in een vroeg stadium aan te leggen. Deels is daar in 2005 mee te beginnen, zodat in 2012 een zo groot mogelijk volume gegenereerd kan worden. Voor de investeringen in het park verwijzen we ook naar de meerjarenbegroting.

3 MARKETING EN PROMOTIE

- 3 1 Geef de hoofdlijnen van het marketingconcept weer en maak duidelijk welke plaats de marketing in de verdere ontwikkeling van de Floriade krijgt. Besteed daarbij aandacht aan differentiatie in doelgroepen. Tevens wordt aandacht gevraagd voor creatieve, educatieve mogelijkheden en spectaculaire en attractieve presentaties.

Zie hoofdstuk 4 van deel 1.

- 3 2 Wat zijn de hoogtepunten in het gehele ontwikkelingstraject en op welke wijze worden de verschillende doelgroepen (inclusief de producent en de consument) benaderd en betrokken?

De fasering van de communicatie

De lange voorbereidingstijd tot aan de Floriade 2012 biedt de mogelijkheid communicatief naar het evenement toe te bouwen. Vanaf het eerste begin gaan we door de jaren heen op een gestructureerde manier bouwen aan de bekendheid en het imago van de Floriade. Al in een vroeg stadium gaan we relaties aan met opinion leaders en sterk betrokkenen in de diverse doelgroepen. Het brede deel van de doelgroepen interesseren en betrekken we door in al die jaren zorgvuldig gedoseerd en op aansprekende wijze te communiceren. Over de Floriade 2012 zelf, maar ook over de Nederlandse tuinbouw en de kennis en producten die deze te bieden heeft.

	<i>Uitwerking 2005</i>	<i>Presentatie 2006</i>	<i>Realisatie 2007-2009</i>	<i>Opwarmen 2010</i>	<i>Enthousias- meren</i>	<i>Floriade 2012</i>
	Uitwerken plannen, inrichten organisatie en netwerk	Uitwerken plannen, inrichten organisatie en netwerk	Uitwerken plannen, inrichten organisatie en netwerk	Uitwerken plannen, inrichten organisatie en netwerk	Uitwerken plannen, inrichten organisatie en netwerk	Uitwerken plannen, inrichten organisatie en netwerk
<i>Regio Venlo</i>	Infomeren over vorderingen	Uitgebreide presentatie pers en publiek, start werving sponsors opbouw relaties	Communiceren mijlpalen, uitbouwen relaties	Floriade gezicht geven, relaties en sponsors betrekken, betrekken regio	Invullen bezoek-beleving, werving bezoekers, PR offensief, betrekken regio	Communiceren bezoekerservaringen, aankondigen events, promotionele acties
<i>Nederland</i>		Uitgebreide presentatie pers en publiek, start werving sponsors opbouw relaties	Communiceren mijlpalen, uitbouwen relaties	Floriade gezicht geven, relaties en sponsors betrekken	Invulling bezoek-beleving, directe werving bezoekers, PR offensief	Communiceren bezoekerservaringen, aankondigen events, promotionele acties
<i>België & Duitsland</i>		Presentatie plannen pers, start opbouw relaties		Opbouw bekendheid, werven sponsors, opbouwen relaties	Uitbouwen bekendheid, werving bezoekers, PR offensief	Communiceren bezoekerservaringen, aankondigen events, promotionele acties
<i>Europa</i>		Communicatie plannen pers		Opbouw bekendheid, werven sponsors, opbouwen relaties	Uitbouw bekendheid, reden om Holland te bezoeken, PR offensief	Communiceren bezoekerservaringen
<i>Rest van de wereld</i>		Communicatie plannen pers		Opbouw bekendheid, werven sponsors, opbouwen relaties	Opbouw bekendheid, werven sponsors, opbouwen relaties	Communiceren bezoekerservaringen
	Corporate fase				Marketing fase	

2

3

In zes fasen werken we zo toe naar een apotheose: de Floriade 2012. De indeling naar fasen is gebaseerd op de bouw en ontwikkeling van het evenement zelf. Een proces waarin de Floriade 2012 stap voor stap zijn definitieve vorm en inhoud krijgt. De communicatie volgt dit proces.

We mogen niet verwachten dat doelgroepen uit verschillende regio's een gelijke informatiebehoefte hebben. Per fase worden dan ook accentverschillen in de communicatie naar de regio's aangebracht. Zo creëren we een gericht en effectief communicatieproces.

Door te kiezen voor een gefaseerde aanpak worden bovendien steeds opnieuw momenten gecreëerd om met doelgroepen in contact te treden.

Zie verder hoofdstuk 4 van deel 1.

3 | Hoe ziet het communicatietraject eruit?

- Is er sprake van benoemde communicatiemomenten?
- Wordt er onderscheid gemaakt in doelgroepen en communicatiemiddelen?
- Wordt hierover overleg gevoerd met de NTR?
- In hoeverre sluit het communicatietraject aan bij het totale marketingconcept?
- Onderscheid in communicatie in bijvoorbeeld:
 - meebeslissen (bestuurders + welke bestuurders + hoe deze zijn betrokken, NTR),
 - meedoen (ambtelijk, maatschappelijk middenveld, NTR) en
 - meeweten (de geïnteresseerde bewoners en bedrijven).

De marketing- en communicatieaanpak zijn in onze opzet onlosmakelijk met elkaar verbonden. De aan-gegeven fasering en de regionale segmentatie zijn uitgangspunt voor zowel marketing als communicatie. Zij zijn bepalend voor de inhoud van de boodschap en de middelenkeuze. Regio Venlo gaat in haar totale aanpak uit van een partnerschap met de NTR, dit geldt ook voor

de inrichting van de marketing en communicatie.

Zie verder hoofdstuk 4 van deel 1.

3 | 4 | Welke mogelijkheden ziet u tijdens de 'making of' op het gebied van marketing en communicatie?

De 'making of' vervult voor ons een essentiële rol in het communicatietraject. Wij zien de Floriade niet als een evenement dat eens in de tien jaar plaatsvindt, maar als een permanent platform voor de presentatie van de Nederlandse tuinbouw dat eenmaal in de tien jaar piekt. Vanuit deze optiek willen wij de communicatie dan ook inrichten.

3 | 5 | Over welk commitment beschikt u op dit moment van zowel de politiek als de bedrijven in de regio voor financiële en organisatorische participatie en qua bezoek in de voorbereiding van de Floriade?

Er is krachtige politieke steun van de gemeenten en de provincie Limburg.

Het draagvlak in de regio, in Zuidoost-Nederland en het naburige Duitsland is groot (zie de lijst van ambassadeurs Floriade 2012). We hebben bedrijven in deze fase niet om financiële steun gevraagd.

3 | 6 | Hoe is het draagvlak bij milieu- en natuurgroeperingen en waar blijkt dat uit?

Hoewel er aanvankelijk verzet was tegen de plannen voor Trade Port Noord en Greenport Venlo hebben natuur- en milieubeweging nu een neutrale tot positieve houding ingenomen ten aanzien van deze plannen. De ruimte voor ecologische ontwikkelingen binnen de plannen draagt daar zeker aan bij. Feitelijk lopen die ecologische ontwikkelingen ook door het Floriade-terrein en zijn deze integraal onderdeel van het ontwerp van Architectenbureau Jo Coenen & Co. Een goede mix van ecologie en economie maakt dat Greenport Venlo en de Floriade een sterke win-wincombinatie vormen waarover vele partijen enthousiast zijn.

3 7 In hoeverre is er een aantoonbare relatie van het in 3.5 en 3.6 genoemde met het communicatie- en marketingconcept?

Het is duidelijk dat na toewijzing zaken als maatschappelijke steun en concretisering van steun door het bedrijfsleven van het begin af aan veel aandacht verdienen.

3 8 Hoe is de ligging ten opzichte van bevolkingscentra?

De Regio Venlo ligt centraal tussen een aantal grote

bevolkingsconcentraties (Randstad, Ruhrgebied, Brussel-Antwerpen).

In onderstaande tabel wordt het aantal inwoners rond Venlo in stralen van 25, 50, 100 en 200 km weergegeven.

Uit deze cijfers blijkt dat binnen een straal van 50 km rond Venlo ruim 5 miljoen mensen wonen en in een straal van 100 km bijna 20 miljoen.

Tabel 5.

Bron: Afd. Bestuurs- en Management Ondersteuning, onderdeel Onderzoek en Statistiek, Gemeente Venlo

Aantal inwoners met Venlo als centrum (jaar 2001)

Straal	Nederland	Duitsland	België en Luxemburg	Totaal aantal inwoners
25 km	368.000	668.000	—	1.036.000
50 km	1.136.000	3.799.000	93.000	5.028.000
100 km	5.256.000	12.510.000	2.045.000	19.811.000
150 km	13.022.000	16.780.000	6.427.000	36.229.000



2

3

3 | 9 Welke andere toeristische attracties zijn er in de omgeving i.v.m. combiarrangementen?

De regio Venlo staat bekend om zijn prachtige natuur. Er ligt een aaneenschakeling van bossen en heidevelden met stuifduinen, idyllische vennetjes en een ruig hoogveenlandschap. Het gebied maakt deel uit van de toeristische gebieden 'het Land van Peel en Maas' en 'de Maasduinen'.

De regio kent een afwisselend landschap: uitgestrekte akkers, boomgaarden, charmante dorpjes, fraaie kerken met schatkamers, kastelen en kapellen, molens, historische winkelsteden, musea en vele recreatiegebieden. Er zijn prachtige natuurgebieden aanwezig, zoals Nationaal Park de Groote Peel en Nationaal Park de Maasduinen. De rivier de Maas kronkelt door het gebied en zorgt door de vele veerponten voor goede toeristische verbindingen tussen beide streken.

Het gebied kenmerkt zich door een gastvrije en ondernemende omgeving: bourgondisch en tevens bruisend van de activiteiten. Vele wandelgebieden zijn aanwezig, waaronder de lange-afstandswandelpaden het Pieterpad en Peellandpad.

Uitgebreide fietsroutes strekken zich uit door de regio, zoals 'De Knooppuntenroute', waarbij karakteristieke elementen van de streek met elkaar in verbinding worden gebracht en fraaie toeristische routes aan elkaar zijn geknoopt; zelfs tot over de grens. Maar ook de ANWB-routes, de aspergeroute, de rozenroute en tochten langs vele agrarische bedrijven (Agro-toerroutes en Kom in de kas) zijn het ontdekken meer dan waard. Vele maneges met bijbehorende huifkartochten en ruiterroutes door de prachtige bossen liggen verspreid door het gebied, evenals indrukwekkende parken, tuinen, golfterreinen en diverse recreatiegebieden met visvijvers en zwemgelegenheden. Er kan volop worden deelgenomen aan natuurexcursies, maar ook aan watersport- en survivalactiviteiten en ballonvaarten.

Uiteraard liggen bij al deze fraaie gebieden en voorzieningen vele hotels, restaurants, eetcafés,

ijssalons en ijsboerderijen, die volop gebruikt worden als pleisterplaats. Tevens zijn er aan de agrarische sector verbonden toeristische voorzieningen, zoals de reeds genoemde agro-toerroutes, verkooppunten van streekproducten, het Aardbeienthemapark en proef- en demonstratiecentrum de Paddestoelerij. In de steden en dorpen vindt u een groot scala aan bezienswaardigheden en recreatieve voorzieningen.

Dit alles heeft ertoe geleid dat de Regio Venlo en directe omgeving een sterke positie in de vakantiemarkt heeft. Na de Noordzeeplaatsen en Noord-Brabant neemt de regio landelijk nu de vierde plaats in. Door de aanwezigheid van een groot aantal toeristische bedrijven zoals vele bungalowparken (waaronder drie parken van Center Parcs), hotels en campings met hun internationale marketing, promotie en distributiekkanalen, is er sprake van vele toeristische overnachtingen (in de regio Venlo jaarlijks 3,35 miljoen). Als grensregio trekt het gebied hierbij ook vele toeristen uit Duitsland en België aan.

In het gebied bevindt zich daarnaast een groot aantal attracties, bezienswaardigheden en evenementen. Deze variëren onderling in thematiek, omvang en uitstraling.

De grotere recreatieve attracties die geschikt zijn voor verschillende doelgroepen hebben betrekking op de volgende elementen:

<i>Recreatieve attracties Land van Peel en Maas en Maasduinen</i>	<i>Bezoekersaantallen per jaar</i>
Historische winkelstad Venlo	2.178.000
Recreatieoord De IJzeren Man in Weert	350.000
Recreatiegebied Mookerplas in Mook	306.000
Kasteeltuinen Arcen: het grootste bloemen- en plantenpark van Nederland met een rosarium, het sparrenbos, oosterse tuinen, modeltuinen, een vallei, een gerestaureerd kasteel en een koetshuis	280.000
Toverland in Sevenum: een overdekt speelparadijs	255.000
Klein Zwitserland in Tegelen: grootste speeltuin van Nederland	170.000
Adventure World of Taurus: Europa's grootste Laser Arena in Velden	121.000
Nationaal Park de Maasduinen Nationaal Park de Groote Peel met bezoekerscentrum Mijl op Zeven in Ospel	100.000
Limburgs Museum in Venlo	50.000
Kinderpretland in Weert	42.600
Streekmuseum De Locht in Melderslo, nationaal champignon- en aspergemuseum	33.000
Arcense Hertog Jan-bierbrouwerij en Graanbranderij	22.000
Het Aardbeienland in Horst: aardbeienthemapark	20.000
Kloosterdorp Steyl incl. musea	50.000
Odapark Venray	60.000

Evenementen

Zomerparkfeest in Venlo (jaarlijks)	82.000
Oud-Limburgse Schuttersfeesten (jaarlijks, wisselende plaats)	40.000
Europese jaarmarkt in Bergen/Siebengewald	45.000
Oranje-vrijmarkt in Weert (jaarlijks)	25.000
Muziek totaal in Venray (jaarlijks)	25.000
Rozenfestival in Lottum (tweejaarlijks)	45.000
Agro-culinair in Horst (tweejaarlijks)	15.000

Recreatieve attracties in de aangrenzende regio's:

- Maasplassengebied Roermond e.o.
- Nationaal park De Meinweg
- Designer Outlet Centre en historische winkelstad Roermond
- Witte stadje Thorn aan de Maas
- Nationaal Landschap Heuvelland
- Grotten in Valkenburg
- Sprookjesbos in Valkenburg
- Thermae 2000 in Valkenburg
- Historisch Valkenburg
- Holland Casino in Valkenburg
- Zuid-Limburgse Stoomtrein Maatschappij in Simpelveld
- Industrion in Kerkrade
- Zoo Parc in Overloon
- Nationaal oorlogs- en verzetsmuseum in Overloon
- Snowworld in Landgraaf
- Mondo Verde in Landgraaf
- Drielandenpunt in Vaals
- Cactuswereld in Reuver, overdekte showtuin
- Kartcenter in Swalmen en Kartcenter in Echt
- Historische winkelstad Maastricht
- Sint Pietersberg/grotten in Maastricht
- Bonnefantenmuseum in Maastricht
- Historische winkelstad Nijmegen
- Holland Casino in Nijmegen
- Burgers Zoo in Arnhem
- Afrikamuseum in Berg en Dal
- Bijbels Openluchtmuseum Heilig Landstichting

2

3

- De Tuinen van Appeltern
- Winkelstad Eindhoven
- Philips Museum in Eindhoven
- IJssportcentrum in Eindhoven
- Holland Casino in Eindhoven
- Van Abbe Museum in Eindhoven

Op de grens met Duitsland ligt het grenspark Maas-Schwalm-Nette.

De recreatieve attracties aan Duitse zijde hebben we hier niet benoemd.

3 10 | *Geef aan hoe het is gesteld met de (inter)-nationale bekendheid en aantrekkingskracht van de gemeente of regio?*

De regio en de omgeving trekken zeer veel toeristen en de historische winkelstad Venlo trekt jaarlijks ruim 2 miljoen bezoekers.

Mede door de aanwezigheid van drie bungalowparken van Center Parcs heeft de regio een grote bekendheid opgebouwd.

Door het agrologistieke centrum met de veilingen en de ontwikkeling van het hele Trade Port gebied is de regio tot ver over de grens bekend.

Ook internationaal zijn de aspergeteelt, Asparagus, de rozenteelt in Lottum e.a. vanuit deze regio bekend.

AspergeRijk 2005 organiseert het International Asparagus Symposium (IAS). Wetenschappers uit alle delen van de wereld zullen de laatste ontwikkelingen uitwisselen op het gebied van aspergeteelt, veredeling en fysiologie. In 2001 vond het IAS in Japan plaats. Het betreft een vierjaarlijks symposium.

De gemeente Horst aan de Maas staat bekend als het Wageningen van het Zuiden.

In een straal van één uur rijden liggen bekende steden als Maastricht, Eindhoven en Nijmegen met daartussenin onder meer drie bekende nationale parken (de Meinweg,

de Peel, de Hamert). Het Limburgse Heuvelland is een zeer bekend gebied voor dag- en verblijfsrecreatie.

3 11 | *Hoe is het gesteld met de aanwezigheid van hotel- en congresaccommodatie in of in de nabijheid van de gemeente? En hoe is het gesteld met de ontwikkeling van de capaciteit tot 2012?*

Verblijfsaccommodatie

In een straal van één uur reistijd met de auto is ruim voldoende verblijfsaccommodatie aanwezig. De directe regio kent vele mogelijkheden voor een kort- of langdurend verblijf. Er zijn vele hotels, bungalowparken, campings en overige voorzieningen, zoals het kamperen bij de boer, aanwezig.

Een sterk punt is de aanwezigheid van drie Center Parcs-bungalowparken in de regio Venlo zelf en ook nog eens zo een park in een aansluitende regio. Als redelijke afstand voor de aanwezigheid van voldoende verblijfsaccommodatie beschouwen we circa één uur reistijd met de auto. Voor de Regio Venlo betekent dit, met de goede ontsluiting van oost naar west via de A67 en de noord-zuid lopende A73, dat de accommodaties in de halve cirkel Maastricht-Den Bosch-Eindhoven-Nijmegen/Arnhem ter beschikking staan.

In de tabel op pagina 54 zijn de aard en omvang van de accommodaties per regio aangegeven. De bronnen zijn: VVV Noord- en Midden-Limburg, VVV Zuid-Limburg, VVV Brabant en VVV Rijk van Nijmegen.

Uiteraard is ook aan Duitse zijde capaciteit voor overnachting en verblijf aanwezig. In het gebied Niederrhein (de halve cirkel Nijmegen-Maastricht) is een overnachtingscapaciteit aanwezig van circa 11.000 bedden (Bron: Niederrhein Tourismus).

Congresaccommodatie

In de regio Venlo en de directe omgeving is congresaccommodatie aanwezig (diverse hotelketens, Theater en Congrescentrum De Maaspoort). Het is de nadruk-

	Maas- Duinen	Land van Peel en Maas	Maasplassen en Meinweg	Zuid- Limburg	Zuid-Oost- Brabant	Rijk van Nijmegen	totaal
Hotels	24	22	23	89	126	32	316
Aantal bedden	1423	775	1051	6564	8402	2403	20618
Bungalowparken/ appartementen- complexen	22	44	25	69	30	33	223
Aantal eenheden	1794	2101	447	785	2246	391	7764
Campings	17	25	13	14	61	32	162
Aantal plaatsen	4853	5590	3724	3335	18416	1621	37539
Kamperen bij de boer	13	36	14	7	102	–	172
Aantal plaatsen	248	722	237	106	2035	–	3348
Groeps- accommodaties	8	30	10	24	94	23	189
Aantal bedden	475	1931	464	1776	7071	844	12561
Pensions/B&B	15	26	16	14	53	33	157
Aantal bedden	103	222	165	126	420	237	1273

kelijke bedoeling op Greenport Venlo zo spoedig mogelijk congresaccommodatie te realiseren die ook ten tijde van de Floriade zelf gebruikt kan worden.

3 12 Geef aan welke ervaring u heeft met het organiseren van grootschalige evenementen, inclusief een indicatie van de bezoekersaantallen.

Bij vraag 3.9 zijn de recreatieve attracties en de evenementen in en rond de regio aangegeven met daarbij de bezoekersaantallen.

Met de gezamenlijke aanpak bij het project Floriade laat de regio zien een zo grootschalig evenement met verve aan te kunnen en willen pakken.

3 13 Welke functionele uitgangspunten vanuit de invalshoek marketing en promotie liggen ten grondslag aan het ontwerp

Fundamenteel binnen het marketing- en communicatietraject is het groeiend bewustzijn van de consument dat hij ingaat op een aanbod dat waarachtig en echt is.

Authenticiteit en verbondenheid met anderen en de natuur, worden binnen de consumentenmarketing meer en meer sleutelbegrippen. Die behoefte aan eerlijkheid, schoonheid en transparantie kan door het bedrijfsleven niet worden genegeerd. Denk bijvoorbeeld aan de investeringen die worden gedaan in de retail in biologisch verantwoorde eigen producten en merken. En kijk naar de wereldwijde ontwikkeling op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

Vrijwel elke industrie is in meer of mindere mate bezig haar productieprocessen en de inhoud en kwaliteit van haar producten zodanig in te richten, dat zij als maatschappelijk verantwoord worden gezien en ervaren. De tijd is nu aangebroken dat ontwikkelaars, stedenbouwkundigen en overheden de stap zetten om bij het richting geven aan ruimtelijke ontwikkelingen, de natuur – de tuinbouw en zijn kennis – niet als sluitpost te nemen, maar als vertrekpunt van denken en handelen. In feite hebben we hiermee ook belangrijke uitgangspunten voor de uitverkoren locatie en het functionele

2
3

ontwerp gekozen. We tonen u immers in al zijn integraliteit het werklandschap van de toekomst: een nieuw en esthetisch verantwoord bedrijvenpark dat een meerwaarde heeft voor mens, stad, flora en fauna. En dat in zijn geheel is ingericht op een duurzame toekomst.

Het ontwerp staat niet op zich, maar sluit heel nadrukkelijk aan bij nieuwe inzichten in de tuinbouw en bij consumentenontwikkelingen in Noordwest-Europa. Deze inzichten draaien om duurzaamheid, het verlangen naar de Groene Stad. Maar ook om de vraag: op welke wijze kunnen wij zo optimaal mogelijk tegemoetkomen aan het toenemende verlangen aan wellness, aan intense verbondenheid met anderen? En aan de wens op de werkvloer om niet actief te zijn in 'sick buildings' maar in een omgeving die door zijn natuurlijke inkleuring gezond en inspirerend is? In die zin sluit het ontwerp van Architectenbureau Jo Coenen & Co naadloos aan op de marketing-communicatieve uitgangspunten. Deze zijn als volgt verwoord: het biedt alle mogelijkheid tot een geweldig platform ter promotie van de tuinbouw en het biedt consumenten – en vakcollega's – alle kans zichzelf en de kleurrijke innovaties van de tuinbouw te ontdekken. Bovendien is het een eerste duurzaam statement waarmee de NTR en de Regio Venlo gezamenlijk tonen waartoe de tuinbouw ook voor de verdere toekomst in staat is.

4 TECHNIEK

4 1 *Is het Floriade-terrein in uw bezit? Zo nee, om welk deel gaat het, en hoe gaat u hiermee om in de ontwikkeling van het Floriade-terrein?*

De meeste gronden voor het Floriade-terrein c.q. het toekomstige Greenport Venlo zijn nu nog in eigendom bij verschillende partijen. Veruit de grootste grondeigenaar is Staatsbosbeheer (zij hebben circa 75 procent in eigendom). Deze gronden vormen ook de kern van het Floriade-terrein. Voor Greenport Venlo is de gemeente Venlo met Staatsbosbeheer in overleg over het aankopen van de gronden. Staatsbosbeheer is bereid tot verkoop en afgesproken is om via een intentie-overeenkomst verder vorm te geven aan de overdracht van deze gronden. Feitelijke overdracht van deze gronden vindt naar verwachting begin 2005 plaats.

De overige 25 procent van de grond is in eigendom van verschillende particulieren. Een klein perceel is eigendom van veiling ZON. Met deze partijen vinden gesprekken en onderhandelingen plaats. Eén koopakte ligt inmiddels voor (5,5 ha in de kern van het Floriade-gebied) en passeert naar verwachting dit najaar.

4 2 *Hoe past de ontwikkeling van de locatie binnen de planologische en milieutechnische plannen (streekplannen, bestemmingsplannen, milieu effect rapportages (MER), Flora- en Faunawet, de Vogelrichtlijn e.d.).*

Het bestemmingsplan voor Greenport Venlo is eind september 2004 aan de gemeenteraad van Venlo aangeboden. Het plan is zonder verdere wijzigingen vastgesteld. Hoewel de Floriade formeel nog niet in het bestemmingsplan is geregeld, wordt wel naar de (mogelijke) komst ervan verwezen. Bij het ontwikkelen van de plannen is er op toegezien dat de ontwerpen voor het Floriade-terrein en Greenport Venlo één op één op elkaar passen. Het bestemmingsplan maakt het dan ook mogelijk de voor de Floriade benodigde infrastructuur (wegen, paden, riolering, kabels en leidingen etc.) aan te leggen.

Met andere woorden: daar is in 2005 al een begin mee te maken.

Om de Floriade planologisch in te bedden, is voorgesteld een zogenaamde artikel 19 WRO-procedure te doorlopen. Hieraan wordt ook het wettelijk verplichte milieueffectrapport gekoppeld. Naar verwachting is deze procedure najaar 2005 af te ronden.

Voor het businesspark zijn al vele achtergrondstudies uitgevoerd. Een schat aan informatie ligt op tafel. De verwachting is dan ook gerechtvaardigd dat de procedures die voor de Floriade nodig zijn, snel en soepel zullen verlopen.

4 3 *Hoe is uw inzicht en wanneer beschikt u over alle benodigde vergunningen, schone grond verklaringen e.d.? Heeft u inzicht in potentiële knelpunten en hoe gaat u hier mee om?*

Het bestemmingsplan Greenport Venlo vormt de basis voor het verlenen van allerhande milieu-, bouw- en aanlegvergunningen. Nu is nog niet exact duidelijk welke vergunningen allemaal benodigd zijn. Nadat de NTR de Regio Venlo als partner heeft geselecteerd, kunnen er uiteraard aanpassingen in het ontwerp plaatsvinden. Eventuele consequenties daarvan zijn nu natuurlijk nog niet duidelijk.

De wijze waarop de gemeente Venlo in het verleden grotere ruimtelijke projecten heeft gerealiseerd, laat zien dat een vlotte afhandeling van benodigde vergunningen gegarandeerd is.

In het kader van Greenport Venlo is al onderzoek uitgevoerd naar mogelijke verontreinigingen in de bodem. Er zijn geen verontreinigingen aangetroffen. De administratieve afhandeling hiervan vindt najaar 2004 plaats (afgifte bodemgeschiktheitsverklaringen).

4 4 *Wanneer kunnen structuurbepalende beplantingen worden uitgevoerd?*

Een aantal structuurbepalende beplantingen is al in 2005 aan te leggen. Het bestemmingsplan Greenport

2

4

Venlo verleent immers een titel voor het verrichten van diverse infrastructurele en 'groene' werkzaamheden. De resterende beplantingen zijn aan te leggen nadat de artikel 19 WRO-procedure is doorlopen.

4 **5** *Geef aan hoe de logistieke afhandeling van 2,5 miljoen of meer bezoekers er uitziet (ook aandacht voor piektijden en voor vervoersmogelijkheden vanaf een railstation naar het tentoonstellingsterrein).*

Bereikbaarheid

Het beoogde terrein is uitermate gunstig ontsloten vanaf de rijkswegen en het spoorwegnet. Ook vanaf de bestaande luchthavens is het terrein goed bereikbaar.

Uit de speciaal voor de Floriade 2012 uitgevoerde verkeersstudie blijkt dat op het hoofdwegenet (A67 en A73) uit het oogpunt van capaciteit ook in 2012 geen problemen zijn te verwachten. Uitgangspunt is een piekbelasting van 35.000 bezoekers per dag.

Rijkswegen

Het terrein is gelegen in de oksel van het kruispunt van de rijkswegen A67 en A73. Er zijn voldoende op- en afritten in de directe omgeving. Vanuit Duitsland bestaat een directe verbinding in oostelijke richting via de BAB 40 en in zuidelijke richting via de aansluiting op de BAB 61. Met de realisatie van de A73 Zuid is de toegankelijkheid van de locatie vanuit België en Frankrijk goed.

Daarmee is een optimale bereikbaarheid voor de auto vanuit alle windstreken verzekerd.

Spoorwegen

Via het spoor bestaan goede verbindingen met de regio, zowel vanuit het oosten en het westen als vanuit het noorden en het zuiden. Vanaf station Venlo is het Floriade-terrein binnen tien minuten per shuttlebus bereikbaar.

De lucht

De internationale luchthaven Amsterdam-Schiphol ligt op een redelijke reisafstand van het beoogde terrein. Tevens zijn de luchthavens Eindhoven en Maastricht op geringe afstand aanwezig. Bovendien bestaan er goede directe verbindingen, via de genoemde auto- en spoorwegen, van de luchthavens naar het terrein.

Additioneel is de internationale luchthaven Düsseldorf in Duitsland. Deze is een uur reizen van het Floriade-terrein verwijderd, evenals de luchthaven Niederrhein (dertig minuten).

Op het Floriade-terrein zelf is sprake van een directe spreiding van het aantal bezoekers door het toepassen van twee ingangen. De verharde oppervlakte (paden en pleinen) is voldoende om een piekbelasting van 35.000 bezoekers per dag op te vangen. De padenstructuur is op dit aantal bezoekers gedimensioneerd. De ingang Zuid zal met name worden gebruikt voor bezoekers die met openbaar vervoer en touringcars komen. De parkeerfaciliteiten zijn ter plekke aanwezig. Met NS en het openbaar vervoersbedrijf (Hermes) is overleg gevoerd over het faciliteren van vervoerscapaciteit vanaf railstations naar de Floriade.

De autobezoekers worden geleid naar de parkeerterreinen nabij ingang Noord. Bij piekbelastingen kan gebruik worden gemaakt van parkeerfaciliteiten op overloopparkeerterreinen, zoals het veilingterrein ZON.

Het parkeerterrein heeft een capaciteit van 4.500 auto's en 350 bussen.

Intern transport

De hoofdroute op het Floriade-terrein heeft een lengte van circa drie kilometer. Uitgangspunt is de gedachte dat er in 2012 een intern transportsysteem aanwezig is. Daarbij wordt gedacht, na overleg met een aantal op innovatie gerichte bedrijven uit de regionale maakindustrie, aan een GPRS-gestuurd mobiliteitssysteem op het Floriade-terrein en vanaf de twee parkeerterreinen.

Het is moeilijk om daarin nu een keuze te maken. In de begroting is rekening gehouden met een budget van € 1 miljoen voor de ontwikkeling van een nader te bepalen vervoerssysteem.

4 6 *Wanneer zijn noodzakelijke werkzaamheden gereed ten behoeve van de logistiek in de omgeving voor wat betreft de opbouw van de tentoonstelling en de bezoekersstromen (zowel via openbaar als individueel vervoer)?*

De hoofdinfrastructuur tot aan de toekomstige ingangen van het Floriade-terrein is in principe aanwezig. De hoofdinfrastructuur, inclusief de kunstwerken op het terrein zelf, zal vanaf 2005/2006 worden aangelegd. Deze hoofdinfrastructuur wordt voor een belangrijk deel aangelegd in het kader van het te ontwikkelen Greenport Venlo.

Qua ontsluitingswegen valt het ontwerp voor Greenport Venlo één op één over het ontwerp van de Floriade. Met de hiervoor te verrichten werkzaamheden kan worden gestart in 2005.

Een nieuwe busterminal is additioneel voor de Floriade. De omvang van de daarmee gepaard gaande werkzaamheden is relatief beperkt; deze worden in het realisatietraject ingepast.

4 7 *Geef aan hoe wordt omgegaan met de specificaties voor het tentoonstellingsterrein zoals deze zijn verwoord in "Floriade 2012, Randvoorwaarden en procedures voor het organiseren van deze internationale tuinbouwtentoonstelling".*

a. Verdeling terrein

Bij de indeling van het terrein is de functionaliteit van het Floriade-terrein voor inzenders en bezoekers een van de uitgangspunten. Daarvoor heeft afstemming plaatsgevonden over de inrichting vanuit de eindbestemming als Greenport Venlo. Met name de infrastructuur is hierop mede afgestemd.

De locatie biedt de mogelijkheid om zeer flexibel om te gaan met de ruimtebehoefte vanuit de Floriade. Dit heeft te maken met de functionele indeling, de omvang en de toekomstige zeer lage bebouwingsdichtheid in het kader van de ontwikkeling van het businesspark. Dit biedt tevens de mogelijkheid te variëren met de intensiteit van de inrichting, bijvoorbeeld afhankelijk van het aantal inzendingen per gebiedsdeel.

Er is in ruime mate voorzien in waterpartijen, die tevens een functie krijgen in het watersysteem en de ecologische verbindingen. Ook bieden deze waterpartijen ruimte aan bijvoorbeeld de tentoonstellingen van moeras- en waterplanten. Bij de inrichting wordt gestreefd naar uitvoering volgens het gedachtegoed van de Groene Stad.

Het bestaande bos blijft voor een groot deel gehandhaafd en/of wordt kwalitatief opgewaardeerd. De terreingedeelten die na 2012 niet bebouwd worden, krijgen in de eindbestemming een parkachtige recreatieve en ecologische functie binnen de TPN-locatie.

b. Aan- en afvoer

Bij het opstellen van het infrastructuurplan is uitgegaan van gescheiden aan- en afvoer van materiaal tijdens de Floriade, dus apart van de bezoekersstromen. Bezoekers zullen geen hinder ondervinden van deze aan- en afvoer.

c. Zwaar verkeer voor bijvoorbeeld buitenlandse inzenders

De dimensionering van de hoofdinfrastructuur op het terrein is zodanig, dat de paden geschikt zijn voor zwaar verkeer. Ook de breedte van de hoofdinfrastructuur is hierop berekend (breedte is 6.30 m). Deze breedte is gebaseerd op het programma van eisen van Greenport Venlo.

d. Afrastering en poorten

Er is rekening gehouden met, waar nodig, afrasteringen en afsluitbare poorten op de aan- en afvoerwegen. De

2

4

afrasteringen zullen zoveel mogelijk, niet zichtbaar, worden weggewerkt in de beplanting. Verder is rekening gehouden met waterpartijen van voldoende breedte en diepte als afscheiding van het terrein. Voor het in stand houden van een voldoende hoog waterpeil zijn passende maatregelen opgenomen.

e. Tentoonstellingsgereedheid

De drooglegging van het terrein is goed (GHG > 0,80 m-maaiveld). Er bevinden zich geen storende lagen in de ondergrond.

Er is een bemestingsonderzoek uitgevoerd naar de aanwezige teeltlaag per tuinbouwsector, zoals boomteelt, fruitteelt, vollegrondsteelt, beplantingen en gazon, enz. Waar nodig zijn in het plan en de begroting aanvullende maatregelen en kosten opgenomen ter verbetering van de teeltkundige kwaliteit.

De kwaliteit van het toekomstige oppervlakte-water is goed.

f. Beregenings-/bevoeiingssysteem

In het plan is voorzien in een terreindekkend geautomatiseerd hydrantennet. Het water wordt betrokken uit de waterwinlocatie direct naast het Floriade-terrein. Hiertoe heeft overleg plaats gevonden met de WML.

g. Aanbrengen grote hoeveelheden grond t.b.v. accidentaties

De grond voor het aanbrengen van accidentaties wordt zoveel mogelijk in het terrein zelf gewonnen. Een schonegrondverklaring is aanwezig. Tekortkomende grond wordt om niet beschikbaar gesteld vanuit projecten binnen 'Klvertje 4'. De gemeente Venlo heeft hiertoe garanties afgegeven.

h. Berekening van zwaar verkeer voor wegen en padenstelsels

De infrastructuur is opgebouwd uit drie categorieën:

- Hoofdpaden met een breedte van 6.30 m; geschikt voor alle verkeer.

- Secundaire paden met een breedte van 3.00 m en voorzien van asfalt; geschikt voor verkeer afhankelijk van de constructie.
- Tertiaire paden met wisselende breedtes en voorzien van diverse gevarieerde soorten verharding; niet geschikt voor alle verkeer.

i. Voorkomen van wateroverlast

Ter voorkoming van wateroverlast zijn passende maatregelen (kolken en afvoerleidingen) in het plan opgenomen. De grondslag is zodanig dat geen terrein-omvattend drainagesysteem aangelegd hoeft te worden.

j. Breedte van de wegen en de bruggen i.v.m. transport en grote bezoekersaantallen

De wegen zijn qua afmetingen en constructie gedi-mensioneerend op de eisen van Greenport Venlo. Deze eisen liggen hoger dan de eisen vanuit de Floriade. De totale verharde oppervlakte is dusdanig berekend, dat een piekbelasting van 35.000 bezoekers per dag goed kan worden opgevangen.

De binnen het plan opgenomen kunstwerken zijn qua breedte en belasting aangepast aan de aansluitende infrastructuur. Bij de ingangen is rekening gehouden met voldoende verharde oppervlakten om de bezoekersstromen op te vangen en te verwerken.

k. Aanwezigheid van structuurbepalende beplantingen, laanbomen, singels, boomgroepen, heesters; solitair en in groepen en van voldoende leeftijd

Er wordt binnen het ontwerp zoveel mogelijk rekening gehouden met de rijkelijk aanwezige waardevolle en soms eeuwenoude beplanting. Binnen het nader uit te werken plan is rekening gehouden met een aanzienlijk budget voor nieuwe en aanvullende beplantingen. Er is gerekend op een budget van circa € 2 miljoen. Doelstelling is het Groene Stad-concept te integreren in het plan. Voor het concept Plants for People is een budget gereserveerd. Binnen het beschikbare budget is ruimte voor aankoop van bomen van voldoende leeftijd.

*l. Maatregelen ter voorkoming van wildschade
aan beplanting voor en tijdens de Floriade*

Er is rekening gehouden met kleinwildrasters en bastbescherming bij jonge aanplant. Daarnaast zullen, waar nodig, passende aanvullende maatregelen worden genomen.

m. Aansluitmogelijkheden op openbare nutsvoorzieningen met voldoende capaciteit

Er heeft overleg plaatsgevonden met de nutsbedrijven. In principe wordt gebruik gemaakt van de voorzieningen die worden aangelegd in het kader van Greenport Venlo. Er is rekening gehouden met aanvullende capaciteit voor hoog- (10 KV) en laagspanning (totaal 4 MVA). Gas en water zijn eveneens beschikbaar. De voorzieningen voor telecommunicatie worden door KPN gegarandeerd.

n. Oppervlakte van de parkeerterreinen met verdeling naar vervoermiddel

Er is rekening gehouden met parkeer capaciteit voor 4.500 auto's, 300 autobussen en 100 campers. Voorts is rekening gehouden met een fietsenstalling voor 1.500 fietsen.

5

5 ONTWERP

- 5 1** *Welke partners schakelt u in tijdens het proces om tot de noodzakelijke kwaliteitsborging te komen? Geef aan hoe de regie eruit ziet en hoe de interactieve ontwerpfase wordt gezien (waaronder de relatie met de NTR).*

Wij zijn ervan overtuigd dat we in de combinatie van Architectenbureau Jo Coenen & Co en Arcadis, evenals door de directe koppeling met het bedrijvenpark Greenport Venlo, een zeer goede kwaliteitsborging hebben. Uiteraard zal het ontwerp en de uitwerking in de Raad van Beheer besproken en vastgesteld worden.

- 5 2** *Geef aan wat de omvang van het Floriade-terrein is en hoe de ruimte wordt benut voor tentoonstellingsterrein en parkeer- en dienstenterrein.*

De omvang van het Floriade-terrein is circa 50 ha, exclusief parkeerterreinen. De daadwerkelijk benodigde oppervlakte voor bijvoorbeeld inzenders kan zonder kwalitatieve gevolgen voor het ontwerp worden vergroot respectievelijk verkleind. Voor het tentoonstellings-terrein is rekening gehouden met ruimte voor de sectorale Nederlandse buiteninzendingen, de Nederlandse overheidsinzendingen en de buitenlandse inzendingen. De binnententoonstellingen vinden plaats in de op te richten gebouwen van Greenport Venlo en/of de toegangspartijen. Er is budget beschikbaar om deze gebouwen aan te passen en in te richten voor het ontvangen van de binnententoonstellingen.

Voorts is rekening gehouden met een warme en koude kas met een oppervlakte van 4.000 m².

- 5 3** *Geef in het globaal masterplan aan hoe wordt omgegaan met:*
- bezoekersstromen;
 - in- en uitgangen;
 - verkeersafhandeling;
 - grote evenementen;
 - aan- en afvoer van materialen (voor en tijdens de tentoonstelling);
 - diensten, terreinen, etc.

Er is rekening gehouden met een piekbelasting op topdagen van 35.000 bezoekers. Er is onderzoek verricht naar de eventuele verkeersproblematiek op de aan- en afvoerwegen. Onderzoek wijst uit dat er geen problemen zijn te verwachten. Er zijn voorts voldoende parkeerfaciliteiten in de plannen opgenomen met genoeg uitwijkmogelijkheden. De twee toegangspartijen zijn ruim voldoende om de bezoekersstroom op een adequate en snelle wijze te verwerken. Op het park zelf is de infrastructuur zodanig van omvang en ingericht, dat er geen logistieke problemen zullen ontstaan. De verharde oppervlakten zijn ruimschoots voldoende. En er wordt uitgegaan van twee ingangen, zodat een goede spreiding van bezoekers op het park is gewaarborgd. Op het park zijn faciliteiten aanwezig om grote evenementen te organiseren (o.a. twee openluchttheaters, congresfaciliteiten, handelscentrum, mediacentrum, zo mogelijk een hypermodern tuincentrum). Bovendien biedt het park voldoende ruimte om ook in de openlucht evenementen met veel publiek overdag en 's avonds te organiseren. Het park is ingericht op avondopenstelling.

De aan- en afvoer van materialen voor en tijdens de tentoonstelling kan zonder hinder voor het publiek plaatsvinden. De infrastructuur is hierop ingericht. Dit is met name van belang voor de wisselende tentoonstellingen en ook voor de bevoorrading van de restaurants.

De dienstenterreinen zijn geïsoleerd van de tentoonstellingsruimten in het plan opgenomen. Ook de aan- en afvoer naar en vanaf dienstenterreinen is gescheiden van de tentoonstelling.

- 5 4** *Geef aan hoe het ontwerp in relatie staat met ruimtelijke en maatschappelijke ontwikkelingen binnen en buiten het Floriade-terrein.*

Zie deel 1, paragraaf 3.2.

6 FINANCIËN

6 1a | Overleg een uitgewerkte begroting en een dekkingsplan voor de ontwikkeling van de Floriade.

I. Het financieel plan: toelichting op de exploitatiekosten

1. Inzenders

De Regio Venlo zal een extra inspanning plegen om voldoende inzenders uit binnen- en buitenland te realiseren. Te denken valt aan het huren van verblijfs-mogelijkheden voor inzenders en het ter beschikking stellen van koelruimte op de veilingen. Goed overleg met de sectoren en de inzenders over deze facilitering achten we van groot belang.

Voor buitenlandse inzenders moet tijdig actie ondernomen worden. Een speciale commissie dient daartoe in het leven te worden geroepen.

Binnenlandse inzenders, met name uit het westen van het land, moeten zeer goed gefaciliteerd worden om het voor hun aantrekkelijk te maken naar de Floriade 2012 in de Regio Venlo te komen.

Rekening is gehouden met 100 inzenders. Voor begeleiding en facilitering van deze inzenders is een budget van € 1 miljoen begroot. De basisvoorzieningen ten behoeve van de inzenders zijn opgenomen in de inrichtingskosten van het terrein.

Een budget van € 1,5 miljoen is bestemd voor werving van de deelnemers en voor de kosten van de Floriade-keuringscommissie.

2. Inrichting exploitatie derden

Het budget voor de inrichting van de exploitatie van derden is begroot op € 5,6 miljoen, waarvan € 2,0 miljoen voor de aanleg van parkeervoorzieningen en een bijdrage aan het intern transport van € 1,0 miljoen. De overige kosten zijn voor voorzieningen van zaken die aan derden worden verhuurd of verpacht, zoals winkels en catering.

3. Organisatie

De uitgaven voor de organisatie worden geraamd op € 13,6 miljoen, waarvan circa € 9 miljoen voor personeel. De uitgaven voor huisvesting en facilitering van Raad van Beheer, directie, kantoorpersoneel en administratie

zijn begroot op circa € 1,6 miljoen. Verdere uitgaven betreffen o.a. accountancy, terreinbewaking, verzekeringen, adviezen en representatie.

4. Communicatie, marketing & sales, sponsoring

In verhouding tot de vorige Floriade is het totale budget verhoogd tot € 6,4 miljoen; dit is ruim 18 procent van de exploitatiekosten. Zoals uit het Plan voor Communicatie, Marketing & Sales en Sponsoring blijkt, is de Regio Venlo van mening dat het totale budget voor de duur van toewijzing tot aan de realisatie van de Floriade, aanzienlijk hoger moet zijn. De Regio Venlo wil dan ook met de promotieorganisaties van de NTR zoeken naar mogelijkheden om beschikbare budgetten meer gebundeld in te zetten om samen het A-merk Floriade en de promotie ervan met meer kracht en tijdiger in te zetten.

Het budget voor marketing & sales is bestemd voor het bezoeken van beurzen, drukwerk, direct mailing en ontvangsten. Voorts is er een budget voor werving en acquisitie van sponsors en de kosten van gebruiksrechten van sponsors.

5. Performance en Hospitality

Voor de opening van de Floriade, dagelijkse evenementen, entertainment, kunst en cultuur is een budget beschikbaar van € 1,7 miljoen. Voor relatiemarketing, ontvangsten, activiteiten en services resteert € 0,6 miljoen van het totale budget van € 2,3 miljoen.

6. Kaartverkoop

De kosten van kaartverkoop van € 1,5 miljoen hebben voor het grootste deel betrekking op kosten van het toegangssysteem. Verder is er budget beschikbaar voor vrijkaarten, chauffeursfaciliteiten en tevredenheidsonderzoek.

2

7. Relatiebeheerpartners

Voor representatieve uitgaven van de deelnemende gemeenten en de NTR is een bedrag beschikbaar van € 0,3 miljoen.

8. Onvoorzien

Voor onvoorziene uitgaven is een veiligheidsmarge ingebouwd van 3,4 procent van de kosten van exploitatie, zijnde € 1,2 miljoen.

9. Rente en verzekering

Voor een eventuele kapitaal- en renterisicoverzekering en rentekosten is een bedrag opgenomen van € 1,6 miljoen.

II. Het financieel plan: toelichting op de verschillende inkomstcategorieën

1. Kaartverkoop

Door het marketingbureau Wilco de Jong & Jurriaan de Mol is in 2003 een marktonderzoek verricht. Een bezoekersaantal van circa 2,5 miljoen wordt als een realistisch scenario beschouwd, indien een aantal uitgangspunten wordt gevolgd. Zoals een langere openstellingstermijn en een betere promotie via bijvoorbeeld joint promotion.

Bij het opstellen van het financieel plan wordt uitgegaan van een voorzichtig scenario met een bezoekersaantal van 2,0 miljoen.

De begrote toegangsprijs voor de Floriade 2012 bedraagt € 17,- per persoon (prijspeil 2002).

De Regio Venlo is van mening dat de toegangsprijs in 2012 zeker niet meer mag stijgen dan met het inflatiepercentage om voldoende laagdrempeligheid te realiseren voor bezoekers van de Floriade. Er wordt alleen entree betaald; in het park zijn alle activiteiten gratis (horeca en winkels uitgezonderd).

Van de bruto-opbrengsten uit kaartverkoop dient een gedeelte afgedragen te worden voor commissies, distributie door derden, acties en loyalty's, bijdragen aan (bijvoorbeeld) het vervoersbedrijf, etc.

De Regio Venlo gaat ervan uit dat een netto opbrengst per toegangsbewijs van € 13,- haalbaar is.

De opbrengst door kaartverkoop is als volgt geraamd:

Bruto inkomsten (2 miljoen x € 17)	€ 34 miljoen
Af: commissies, e.d.	€ 8 miljoen
Netto inkomsten kaartverkoop	€ 26 miljoen

2. Bijdragen overheden

Voor de financiering van het werkkapitaal voor de organisatie van de Floriade 2012 wordt een belangrijke bijdrage geleverd door de vijf Regio Venlo-gemeenten, de provincie Limburg en de rijksoverheid. Daarnaast wordt een beroep gedaan op andere overheden.

In de volgende tabel zijn de geraamde bijdragen weergegeven.

	€ (x 1.000)
Regio Venlo-gemeenten	7.000
Provincie Limburg	7.000
Subregiogemeenten	1.000
Rijksoverheden	5.000
Subsidie Ceres	2.500
Totaal	22.500

3. Sponsoring

De potentiële sponsors zijn nog niet in kaart gebracht. Uit oogpunt van voorzichtigheid zijn in de begroting inkomsten uit sponsoring opgenomen die slechts 50 procent bedragen van de gerealiseerde sponsorinkomsten van de Floriade 2002. Om die reden is vooralsnog rekening gehouden met € 6,5 miljoen sponsoring.

4. Exploitaties derden

Deze opbrengsten hebben betrekking op inkomsten uit verhuur en verpachtingen van winkels en horeca (€ 4 miljoen) en uit parkeren (€ 1 miljoen: circa 350.000 voertuigen á € 3,-).

6 1b *Op welke wijze interfereert de toekomstige bestemming van het terrein, na de Floriade, de financiële opzet van het Floriade-plan nu?*

Door de Floriade te organiseren op het terrein van Greenport Venlo wordt een bedrag van circa € 10 miljoen bespaard omdat de infrastructuur voor beide van toepassing is.

6 1c *Hoe worden de financiële risico's gedekt?*

De wijze van afdekking van de financiële risico's is opgenomen in hoofdstuk 5 van deel 1.

6 2 *In hoeverre is er bereidheid tot en zijn er garanties voor het beschikbaar stellen van voldoende werkkapitaal (inclusief toezeggingen van financiële middelen door derden)?*

Deze bereidheid is er.

6 3 *Hoe gaat u om met de zekerheidsstelling van het evenement c.q. het afsluiten van verzekeringen?*

In de begroting is een post voor verzekeringen opgenomen.

6 4 *Maak de relatie tussen het behalen van de hoofddoelstelling en de financiën inzichtelijk, inclusief een aantal subdoelstellingen en de financiën.*

In de begroting zijn wij uitgegaan van een aantal voorzichtige uitgangspunten.

Zo is gerekend met 2 miljoen bezoekers, terwijl het marktonderzoek aangeeft dat minimaal 2,5 miljoen bezoekers haalbaar is. Ook het bedrag aan sponsoring hebben we laag gesteld op € 6,5 miljoen.

6 5 *Geef aan hoe u omgaat met de volgende aspecten:*

- exclusiviteit;
- sponsoring in natura;
- tuinbouwsponsors;
- sponsors strijdig met tuinbouwbelangen;

- buitenlandse sponsoring;
- de bereidheid hierover afspraken te maken in de intentieovereenkomst;
- fiscale aspecten;
- subsidies.

Met betrekking tot het sponsorbeleid willen we een paar hoofdlijnen vastleggen:

- Exclusiviteit kunnen we ons in een aantal situaties voorstellen (bijvoorbeeld voor een bankinstelling). De ervaring van de afgelopen Floriade t.a.v. de exclusiviteit, bijvoorbeeld bij het cateren, heeft tot de nodige problemen geleid. Dit dient bij een Floriade in 2012 voorkomen te worden.
- Sponsoring in natura brengt gevaren met zich mee. Indien het in een bepaalde situatie toch opportuun is, houd het dan zakelijk en leg de zaken goed schriftelijk vast.
- Tuinbouwsponsors uit Nederland zijn van harte welkom.
- Sponsors die strijdig zijn met de belangen van de tuinbouw moeten we niet werven.
- Buitenlandse sponsors hoeven geen problemen op te leveren, zolang ze maar niet concurrerend zijn met Nederlandse tuinbouwsponsors en Nederlandse tuinbouwbelangen.

De bereidheid om door middel van een intentieovereenkomst nadere afspraken over het sponsorbeleid te maken, is aanwezig.

Na toewijzing zullen wij zo spoedig mogelijk met de belastingdienst Venlo overleg voeren over de fiscale aspecten. Wij willen dit graag in samenspraak met de ervaringsdeskundigen van de NTR doen.

Uiteraard zullen wij na toewijzing goed kijken naar de mogelijkheden van provinciale, landelijke en Europese subsidies.

2

6 *Hoe draagt u zorg voor het realiseren van de laagdrempeligheid van de Floriade in relatie tot de financiële uitgangspunten?*

De entreprijs hebben we begroot op eenzelfde niveau als de toegangsprijs voor de Floriade 2002. We zijn van mening dat voor andere activiteiten op de tentoonstelling geen bijdrage gevraagd moet worden.

AMBASSADEURS FLORIADE 2012

- Ir. G.J.M. Braks
 - oud-minister van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij
 - oud-voorzitter Eerste Kamer der Staten Generaal
 - oud-regeringscommissaris Floriade 2002
- Dr. A.A. Dijkhuizen, voorzitter Raad van Bestuur Wageningen Universiteit en Researchcentrum
- Hr. G. van Oosten, Algemeen Directeur ZLTO
- Drs. G.B.M. Leers, Burgemeester van Maastricht
- Drs. A.B. Sakkers, Burgemeester van Eindhoven
- Mr. P.A.F.W. Elverding, voorzitter Raad van Bestuur DSM
- Euregio Rijn-Maas-Noord, bestaande uit de gemeenten: Ambt Montfort, Arcen en Velden, Beesel, Bergen, Echt-Susteren, Gennep, Haalen, Heel, Helden, Heythuysen, Horst aan de Maas, Hunsel, Kessel, Maasbracht, Maasbree, Meerlo-Wanssum, Roerdalen, Roermond, Roggel en Neer, Sevenum, Swalmen, Thorn, Venlo, Venray, Weert, Brüggen, Niederkrüchten, IHK Mittlerer Niederrhein, IHK Niederrhein, Kreis Neuss, Kreis Viersen, Stadt Geldern, Stadt Krefeld, Stadt Mönchen Gladbach, Stadt Nettetal, Stadt Straelen, Südkreis Kleve en de Kamer van Koophandel Limburg-Noord.
- Regio Zuidoost-Brabant (Samenwerkingsverband Regio Eindhoven) w.o. de gemeenten Asten, Bergeyk, Best, Bladel, Cranendonck, Deurne, Eersel, Eindhoven, Geldrop-Mierlo, Gemert-Bakel, Heeze-Leende, Helmond, Laarbeek, Nuenen, Oirschot, Reusel-de Mierden, Someren, Son en Breugel, Valkenswaard, Veldhoven en Waalre
- Regio Noord- en Midden-Limburg bestaande uit de gemeenten: Arcen en Velden, Beesel, Gennep, Helden, Horst aan de Maas, Kessel, Maasbree, Meerlo-Wanssum, Meijel, Sevenum, Venray, Ambt Montfort, Echt-susteren, Haalen, Heel, Heythuysen, Hunsel, Maasbracht, Nederweert, Roerdalen, Roermond, Roggel en Neer, Swalmen, Thorn en Weert
- Het Provinciebestuur van de provincie Limburg
- Jürgen Büssow, Regierungspräsident der Bezirksregierung Düsseldorf
- De Kamer van Koophandel Limburg-Noord
- De Kamer van Koophandel Limburg-Zuid
- De Kamer van Koophandel Oost-Brabant
- De Limburgse Organisatie van Zelfstandige Ondernemers (Lozo), onderdeel van MKB Nederland
- MKB Brabant
- De Limburgse Land- en Tuinbouwbond (LLTB)
 - de vakgroep Tuinbouw Bedekte Teelten
 - de vakgroep Tuinbouw Open Teelten
 - de vakgroep Fruitteelt
 - de vakgroep Boomteelt
 - de vakgroep Akkerbouw
- De Limburgse Werkgeversvereniging (LWV)
- De Brabants Zeeuwse Werkgeversvereniging (BZW)
- Waterschap Peel en Maasvallei
- Waterleiding Maatschappij Limburg
- Asparagus B.V. Horst
- Zon Holding B.V. (Coöperatieve Veiling Zuidoost-Nederland)
- Tuinbouw Businessclub Zuid-Nederland
- Businessclub Maas-Rhein
- Koninklijk Verbond van Ondernemers in het Horeca- en Aanverwante Bedrijven (Horeca Nederland).



FLO