

Onderwerp

Jaarprogramma Economische Gebiedspromotie 2003.

Samenvatting

Het Jaarprogramma Economische Gebiedspromotie 2003 legt het accent, meer dan in 2002, sterk op activiteiten, gericht op bedrijven buiten Flevoland. Zowel de gemeenten als het CBIN geven aan dat 2002, voor wat betreft het aantal in Flevoland geïnteresseerde bedrijven, een rustig jaar is geweest. De gevolgen in termen van de vestiging van nieuwe bedrijven en arbeidsplaatsen zullen zich de komende jaren laten voelen, zo is de verwachting.

Mede op basis van eerste gesprekken over het op verzoek van de BV De Aanjager door Buck Consultants uitgevoerd onderzoek naar gezamenlijke regiopromotie zullen wij nadrukkelijk vormen van samenwerking met de gemeenten en andere partners op dit terrein zoeken. Een flink deel van de voorgenomen activiteiten richt zich, ter vergroting van de bekendheid over de vestigingsmogelijkheden in Flevoland, daarom op bedrijven buiten Flevoland.

Daarnaast willen wij door middel van bijgaand programma internationalisering van het Flevolandse MKB bevorderen door de ondersteuning van enkele handelsmissies naar tot de EU toetredende landen en China. Wij zien daarbij een belangrijke rol weggelegd voor de kamer van koophandel en het WTC, tussen welke partijen wij een groeiende samenwerking waarnemen.

Voor alle activiteiten biedt de begroting 2003 aan beschikbaar budget € 156.017.

Voorstel GS:

Wij stellen u voor in te stemmen met het Jaarprogramma Economische Gebiedspromotie 2003.

Gevraagd advies:

Advies Commissie:

Registratienummer:

CEL02.115

Commissie

ELPOO

d.d.

15 januari 2003

Agendapunt:

5a

Aard bespreking Commissie:

Ter bespreking

Datum

9 december 2002

Steller

Timmers

Afdeling/Bureau

EZ

JAARPROGRAMMA

ECONOMISCHE GEBIEDSPROMOTIE

2003

JAARPROGRAMMA ECONOMISCHE GEBIEDSPROMOTIE 2003

INLEIDING

Buck Consultants International heeft in 2002 in opdracht van BV De Aanjager een onderzoek uitgevoerd "Naar een geïntegreerd promotiebeleid in Flevoland". Eind november 2002 heeft over de uitkomsten van dit onderzoek een eerste, verkennende bespreking plaats gevonden met de meest betrokken partijen: de gemeenten, De Aanjager, de kamer van koophandel, de SEOR en de provincie. Het is nu nog te vroeg om hieraan definitieve conclusies te verbinden. Maar duidelijk werd wel dat er een groeiend draagvlak lijkt te bestaan voor regionale promotie, voor het gezamenlijk werken aan de vergroting van de bekendheid van Flevoland en zijn gemeenten (succesverhalen; 'be good and tell it'). Acquisitie daarentegen ligt gevoelig en is, in de visie van de gemeenten althans, de primaire verantwoordelijkheid voor de gemeenten, zo werd opnieuw duidelijk. In een later stadium van de uitwerking van dat onderzoek zal daarom het onderscheid tussen promotie en acquisitie voor een ieder helder moeten zijn, daar waar dit in de praktijk veelal diffuus is.

Algemeen was bovendien het pleidooi voor een meerjarige aanpak en afspraken op langere termijn. Een dergelijke aanpak dient zichtbaar meerwaarde op te leveren ten opzichte van de huidige, meer ad hoc samenwerking. Dit geldt in het bijzonder voor de gemeenten.

De aandacht dient zich in eerste instantie te richten op verdere invulling van de gedachte een meerjarige campagne op te zetten, eerder dan op het creëren van een nieuwe structuur om acties van de grond te krijgen, zo was de eerste reactie. Als er al door de verschillende partijen (extra) middelen worden vrijgemaakt, besteedt die dan aan acties en niet aan overheadkosten, zo gaven de gemeenten aan.

In de loop van 2003 zal over inhoud en financiering van een dergelijke actie meer duidelijkheid moeten komen. Maar zo op het eerste gezicht lijkt de tijd, mede in het licht van de huidige economische situatie, rijp te zijn voor een meer structurele aanpak van de economische gebiedspromotie, in eerste instantie gericht op (delen van) het Nederlandse bedrijfsleven. Waarbij meerdere partijen over meerdere jaren (extra) middelen beschikbaar zullen moeten stellen om dat mogelijk te maken.

Een door de Rabobank eind november gepresenteerd onderzoek omschrijft de economie van Flevoland als krachtig, de sterkste van ons land. Het bedrijfsleven doet het, ten opzichte van collega's op het oude land, goed. Winst en investeringen groeiden het afgelopen jaar sterk, evenals de werkgelegenheid. Uitzondering op deze mooie cijfers vormen de exportgegevens, die achter zijn gebleven bij het landelijk gemiddelde.

Ten aanzien van de verdere groei van de Flevolandse economie, met name in termen van de groei van het aantal bedrijven, zijn de gemeentelijke acquisiteurs niet al te optimistisch. Het jaar 2002 kenmerkt zich op dit punt als een rustig jaar. De gevolgen daarvan zullen zich de komende jaren manifesteren, zo is hun verwachting. Deze verwachting sluit aan bij het hiervoor omschreven gevoel, dat gezamenlijke promotie meer dan ooit noodzakelijk is.

Ten aanzien van de achterblijvende export kan worden opgemerkt, dat ook op dit vlak nog het nodige te doen is. De internationale concurrentiepositie van onze bedrijven dient versterkt te worden. In het jaarprogramma voor 2003 komen wij hierop terug.

Een extra promotie-inspanning lijkt ook in internationaal verband nodig. Het Commissariaat voor Buitenlandse Investeringen in Nederland (CBIN) van het ministerie EZ is in 2002 de discussie met de regio's en grote steden gestart over de aanpak van de buitenlandse acquisitie. Immers, 2002 lijkt voor wat buitenlandse investeringen in Nederland betreft volgens het CBIN een "rampjaar" te zijn. Niet alleen is het aantal investeerders dramatisch gedaald, het daarmee gepaard gaande aantal arbeidsplaatsen per vestiging en de hiermee gemoeide investering zijn eveneens sterk terug gelopen. Het CBIN wijdt dit enerzijds aan de verslechterde mondiale economische situatie, maar anderzijds aan

een achteruitgang in de kwaliteiten van Nederland als vestigingsgebied: het belastingklimaat is voor buitenlandse bedrijven ten opzichte van landen om ons heen minder aantrekkelijk geworden (Europese regelgeving), er is met name in de Randstad weinig ruimte beschikbaar, de arbeidskosten zijn relatief hoog en de regelgeving wordt als “knellend” ervaren.

Daar komt bij dat het bestaande locatiebeleid onvoldoende antwoord geeft op de verkantoring van nieuwe vestigingen, ook de buitenlandse. Al met al redenen om na te gaan hoe Nederland op dit terrein beter zou kunnen presteren.

De algemene mening was, dat Nederland als logistiek centrum zijn positie kan en moet behouden: die sector mag niet worden onderschat. Daarnaast zal geïnvesteerd moeten worden in kennis over het eigen bedrijfsleven en kennisinstututen, in inzicht in ketens van productie en kennis teneinde een betere match tussen potentiële investeerders enerzijds en instellingen, c.q. bedrijven en regio's in Nederland anderzijds tot stand te kunnen brengen. Concentratie op een aantal technologisch georiënteerde activiteiten zoals life sciences en ICT door middel van landelijke projectgroepen is eveneens het voornemen. Wil Nederland zijn internationale economische positie behouden, dan zal het begrip “Nederland Kennisland” verder handen en voeten moeten krijgen. Eigen inzicht in wat Nederland het buitenlandse bedrijfsleven te bieden heeft, aan maatschappelijk toepasbaar onderzoek bij voorbeeld, moet het ons mogelijk maken buitenlandse bedrijven te interesseren zich in ons land te vestigen.

Rond het thema life sciences is een samenwerkingsverband tussen het CBIN en de betreffende regio's inmiddels tot stand gekomen, mede naar aanleiding van de brede deelname aan Bio 2002 (Toronto).

Regiopromotie staat wat ons betreft dus hoog op de agenda.

Voor zover daartoe –financiële- mogelijkheden bestaan zal het accent van het programma 2003 daarom liggen op een verdieping van onze kennis van onze eigen instituten en opleidingen en op samenwerking met hen en de gemeenten, zodat het profiel van Flevoland op dit punt scherper uitgedragen kan worden. Blijvende aandacht voor de vergroting van de naamsbekendheid van Flevoland in binnen- en buitenland als potentieel vestigingsgebied staat voorop.

Totaal is voor economische gebiedspromotie in 2003 € 156.017 beschikbaar, als volgt verdeeld:

7.03.11 Uitgaven economische gebiedspromotie:	€ 114.497
7.03.12 Huur Flevo-aak:	€ 13.502
7.03.14 Huur kamer OCF:	€ 4.518
7.03.15 Subsidies economische gebiedspromotie:	<u>€ 23.500</u>
Totaal:	€ 156.017

Voordat wij het Jaarprogramma voor 2003 aan u presenteren kijken wij eerst terug op het afgelopen jaar 2002.

TERUGBLIK OP 2002

Het in 2002 beschikbare budget is vrijwel in zijn geheel, conform het Jaarprogramma 2002, benut. Uitzondering hierop vormt het niet doorgaan van de uitreiking van de Flevo Award, waarvoor € 15.000 was gereserveerd. Het was dit jaar niet mogelijk tijdig goede kandidaten te vinden, die voor de Award in aanmerking zouden kunnen komen. Het bleek namelijk niet eenvoudig kandidaten van (inter-)nationale naam en faam te vinden die, direct of indirect, een bijdrage leveren of hebben geleverd aan de economische ontwikkeling van Flevoland en bij wie het begrip duurzaamheid een rol speelt of heeft gespeeld.

Dit brengt ons direct op enkele opmerkingen over het Flevo Forum Netwerk, thans Flevum Forum Netwerk geheten. Nadat begin 2002 de driejarige EPD-overeenkomst tussen provincie en Netwerk (de GBD-Group) is afgewikkeld is dit Netwerk op eigen benen komen te staan, zoals oorspronkelijk ook de bedoeling was. Daarmee is het Netwerk -en zijn activiteiten- van en voor ondernemers geworden, waarbij daarnaast gemeenten en instellingen in de vorm van een lidmaatschap (kunnen) participeren. Positief lijkt in ieder geval te zijn dat het Netwerk zijn kern in Flevoland heeft en houdt. Tegelijkertijd blijkt dat het over Nederland uitwaaiert. Flevolandse ondernemers zijn daardoor in de gelegenheid ook buiten de provinciegrenzen te netwerken. Dit gebeurt bij voorbeeld tijdens Meeting More bijeenkomsten, waarbij 10 tot 20 ondernemers zich aan elkaar presenteren en waaruit daardoor mogelijke zakelijke relaties kunnen ontstaan. Gezegd moet echter worden dat dit niet de oorspronkelijke doelstelling van onze bijdrage aan de totstandkoming van het Flevum Forum Netwerk was. Het Netwerk was in onze ogen primair bedoeld voor ondernemers binnen onze provinciegrenzen.

Dat de organisatie binnen Flevum nog niet op alle fronten glad verloopt blijkt uit het feit dat de traditionele Flevo Forum Week, eind oktober of begin november, dit jaar niet is doorgegaan. Hetzelfde geldt voor het reeds lang geleden aangekondigde bezoek van de voormalig president van de USA, Clinton. Wat deze laatste ontwikkelingen voor het Flevum Forum Netwerk zullen betekenen was begin december 2002 nog niet duidelijk.

Een nevenactiviteit van Flevum is de uitgave van het maandblad Ondernemend Nederland. De provincie had tot eind 2002 tegen betaling in het regiokatern elke maand drie bladzijden tot zijn beschikking. Deze pagina's bevatten informatie over ons provinciaal (economisch) beleid, relevant voor Flevolandse ondernemers. De inhoud komt in overleg met ons tot stand.

De formule van een landelijk blad met katernen in een vijftal regio's lijkt inmiddels alweer verlaten. Voor zover wij weten staat alleen het regiokatern in Flevoland tot eind 2002 nog overeind. Ons is echter meegedeeld dat de uitgever heeft besloten om deze opzet vanaf 2003 ook voor Flevoland te stoppen en het Flevolandse deel apart uit te gaan geven onder de titel "Flevoland in Business". Ons heeft daarvoor inmiddels een aanbieding bereikt.

Dit is eens te meer van belang, omdat inmiddels is gebleken dat de oorspronkelijke uitgever van Ondernemend Flevoland, dat indertijd in Ondernemend Nederland is opgegaan, vanaf november 2002 weer met Ondernemend Flevoland is uitgekomen. Eind 2002 heeft ons college een besluit genomen over de vraag met welk medium wij in 2003 in zee zullen gaan. Aspecten als betrouwbaarheid van de uitgifte, kwaliteit en veelzijdigheid en de omvang van het blad, c.q. het katern in relatie tot de prijs en draagvlak bij c.q. kennis van het Flevolandse bedrijfsleven hebben wij daarbij in onze overwegingen meegenomen. Wij zullen bovendien een dergelijk blad in promotionele zin gebruiken en bij voorbeeld meesturen met algemene vestigingsinformatie aan ondernemers van buiten Flevoland. Deze wens stelt vanzelfsprekend eisen aan de kwaliteit en continuïteit van het blad.

Andere zaken, die in het programma voor 2002 onder het kopje "behouden wat goed is" waren ondergebracht, zijn de huur van de kamer in het OndernemingenCentrum Flevoland (OCF) en de huur van het Statenjacht Carla Lammers.

De provinciale kamer in het OCF voldoet goed: netwerken vormt de belangrijkste functie van deze kamer, die overigens wel wat vaker gebruikt zou kunnen worden.

Het Statenjacht is in 2002 vijf maal benut voor ontvangsten van de Commissie ELPOO, het Dmitrov netwerk, de subcommissie gemeentelijke plannen, een PME-bijeenkomst en kennisinstellingen landbouw. Er was ruimte voor 10 vaartochten.

Het accent blijkt dus dit jaar vooral op het Flevolands netwerk te hebben gelegen, terwijl een belangrijk deel van de vaartijd toch aangewend zou moeten worden voor een nadere kennismaking met Flevoland door groepen van buiten Flevoland.

Activiteiten, gericht op het eigen bedrijfsleven

Het Jaarprogramma 2002 bevatte een aantal activiteiten, gericht op het Flevolandse bedrijfsleven. Het betrof, naast activiteiten die geen geld kosten, subsidies economische gebiedspromotie, een eenmalige bijdrage aan het FBT ten behoeve van de Vakantiebeurs en de uitreiking van de Flevo Award (waarover hiervoor al een enkele opmerking is gemaakt).

Het Flevolands Acquisitie Platform FLAP vervult in toenemende mate een nuttige rol in de informatie-uitwisseling tussen de gemeenten, de kamer van koophandel en de provincie. Het gaat dan om acquisitie-gerelateerde onderwerpen zoals het locatiebeleid, de beschikbaarheid van bedrijventerreinen en de voortgang van de werving van bedrijven. Wat in de inleiding is opgemerkt over de acquisitie van buitenlandse bedrijven geldt in zekere zin ook voor de wervingsresultaten bij Nederlandse bedrijven: "2002 is een rustig jaar". Verwacht mag worden, dat de gevolgen hiervan de komende jaren zichtbaar zullen worden in een verminderde groei van de Flevolandse economie en van het aantal arbeidsplaatsen, zo bleek tijdens het laatste FLAP eind oktober. En dat op een moment, dat de meeste gemeenten er inmiddels in zijn geslaagd (binnen afzienbare termijn) voldoende bedrijfslocaties beschikbaar te hebben.

Nieuwe investeringen worden blijkbaar uitgesteld of zelfs gecancelled. Aanleiding voldoende voor blijvend intensief contact met de gemeenten, maar ook met het eigen bedrijfsleven en partners in het OndernemingenCentrum Flevoland.

In dit laatste kader is enkele malen overleg gevoerd met de lokale bedrijfskringen, de kamer van koophandel en de werkgeversorganisaties over nut en noodzaak van een business-to-businessbeurs op provinciale schaal. Op lokaal niveau vinden dergelijke beurscontactdagen al enkele jaren, soms succesvol plaats, zoals in Dronten en Almere. Maar al vele jaren wordt door bij voorbeeld de kamer van koophandel en werkgeversorganisaties, maar ook door ons zelf, de behoefte gevoeld om een dergelijke beurs qua voedingsgebied uit te breiden. Er dienen verschillende mogelijkheden te zijn voor ondernemers in Flevoland om kennis met elkaar te maken, elkaars producten en diensten te verkennen en zo mogelijk zaken te doen. Nu komt het nog (te) vaak voor dat bedrijven, afkomstig vanaf het oude land, diensten en basisproducten vanaf dat oude land blijven betrekken, terwijl die bij wijze van spreken om de hoek te verkrijgen zijn.

Niet ontkend kan worden, dat het Flevum Forum Netwerk reeds voor een deel in die behoefte voorziet. Deze organisatie heeft enkele jaren geleden in Lelystad, in samenwerking met de Jaarbeurs, de zogenoemde Bedrijven Contact Dagen georganiseerd. Onze waarneming is dat het niet tot een vervolg is gekomen door onvoldoende draagvlak vooraf bij het lokaal georganiseerde bedrijfsleven, de bedrijfskringen met name. Wij zijn daarom begonnen om allereerst met hen na te gaan of er voldoende belangstelling voor een provinciale beurs bestaat en zo ja, op welke wijze en locatie die dan het best tot zijn recht kan komen.

De Bedrijfskring in Almere VBA heeft daarnaar, mede met steun van de provincie, begin september 2002 tijdens zijn eigen beurs onderzoek laten uitvoeren. De uitkomst was verrassend. Het merendeel van zowel de standhouders als bezoekers was van mening dat een dergelijke business-to-businessbeurs op bovenlokale schaal georganiseerd zou moeten worden. Reisafstanden tot 50 kilometer bleken voor velen geen bezwaar. Bovendien zou men graag een ruimere aanwezigheid van overheden en intermediaire organisaties op de beurs zien.

In 2002 heeft de provincie ter ondersteuning van promotionele activiteiten van anderen aan vier initiatieven subsidie verleend.

Aan de Stichting Stadspromotie Almere is een subsidie verleend van €€ 10.000 voor een aantal door hen geïnitieerde activiteiten, waaronder de organisatie van het Festival Music Below the Sea.

Voorafgaande aan dit festival is een informatieve bijeenkomst georganiseerd voor vastgoedondernemers die daarna een Viparrangement tijdens het festival kregen. Ook is er in het Magazine Almere Perspectief uitgebreid aandacht besteed aan het gunstige vestigingsklimaat in Flevoland.

De Stichting Visserijdagen Urk heeft een subsidie ontvangen van €€ 5.000 voor de organisatie van een bedrijvenmanifestatie als onderdeel van de Visserijdagen. Hakvoort Horeca heeft ter gelegenheid van de opening van het nieuwe bedrijfspand aan de 'Horecaboulevard' in Emmeloord een horecavakbeurs georganiseerd. De provincie heeft €€ 10.000 subsidie verleend t.b.v. de organisatie hiervan.

Tenslotte heeft Congres en Event Center The Harbour een mailing verricht bij circa 1.000 nationale topbedrijven. Via een cd-rom wordt de unieke locatie van The Harbour in Zeewolde en Flevoland weergegeven, waarbij tal van algemene gebiedskenmerken van Flevoland worden gepresenteerd.

Klanten van The Harbour krijgen desgewenst onze brochure "Ondernemen en leven; Flevoland is ervoor gemaakt" mee. Voor deze actie is €€ 5000 subsidie verstrekt.

Hiermee is deze post volledig benut.

Opvallend is dat in tegenstelling tot 2001 dit jaar de bijdragen naar de marktsector zijn gegaan, waardoor de doelstelling van deze subsidiemogelijkheid –samenwerking met het bedrijfsleven op het terrein van promotie van Flevoland- beter tot zijn recht is gekomen.

De Vakantiebeurs, januari 2002, was volgens het FBT een groot succes. Het aantal bezoekers overtrof de verwachtingen: ca. 160.000 bezoekers aan het eigen paviljoen, waarin 12 recreatievoorzieningen, c.q. –projecten participeerden in de stand van het FBT. Positieve berichtgeving op een van de commerciële televisiezenders vormde een mooi extra op dit succes. De participerende ondernemers hebben vrijwel allemaal vanwege dit resultaat besloten in januari 2003 opnieuw in de stand van het FBT mee te doen.

Activiteiten, gericht op het bedrijfsleven buiten Flevoland

De activiteiten, gericht op het bedrijfsleven buiten Flevoland, bestonden uit een direct mailactie, een bijdrage aan een voorgenomen handelsmissie naar de USA, de promotionele ondersteuning van een aantal toonaangevende projecten en de verdere uitbouw van het PRIS.

Over activiteiten, die geen budget behoeften, kunnen wij kort zijn. Reeds eerder meldden wij over onze contacten met het CBIN. Najaar 2002 is een goede start gemaakt om de directe relatie van de provincie Flevoland met de CBIN-kantoren in het buitenland te intensiveren. Tijdens de jaarconferentie van het CBIN zijn concrete werkafspraken gemaakt tussen de provincie en de afzonderlijke buitenkantoren van het CBIN, waarbij informatie-uitwisseling en afstemming van speerpunten centraal stonden.

Onze informatieverstrekking stond vooral in het teken van de direct mail actie, waarover wij hieronder het een en ander zullen melden. Het beursbezoek heeft zich dit jaar, los van Bio 2002 in Toronto, beperkt tot de Vakantiebeurs, de beurs van de VBA en de Horecabeurs (onderdeel start horecaboulevard Emmeloord).

Binnen alle promotieactiviteiten, gericht op bedrijven buiten Flevoland, nam de direct mail actie een bijzondere plaats in.

Op het moment van het schrijven van dit programma is de testfase van de direct mailactie afgesloten. Voor deze actie zijn bedrijven in de sectoren metaal, kunststoffen / composieten, ICT en logistiek (speerpunten van beleid) geselecteerd, zo veel mogelijk in een straal van maximaal 50 km rond Flevoland.

De aanpak bestond hieruit dat eerst telefonisch contact werd gelegd, tijdens dit gesprek geïnformeerd werd naar de situatie bij het bedrijf en onderzocht werd of het bedrijf verdere belangstelling had voor informatie over vestigingsmogelijkheden in Flevoland. Indien dat het geval was werd door ons

concrete informatie toegestuurd, waarna opnieuw contact werd opgenomen om de reactie te peilen: een zogenoemde call –mail – call actie.

De 200 eerste telefoontjes hebben een bezoek aan een bedrijf in Zwolle opgeleverd, alsmede ruim 25 bedrijven, die informatie wilden ontvangen. Naast deze 25 wilden 15 ondernemers op de hoogte blijven van de economische ontwikkeling in onze provincie. Met deze ondernemers willen wij een meer langdurige relatie opbouwen, bij voorbeeld door het regelmatig vanuit het PRIS toezenden van een digitale nieuwsbrief en het te zijner tijd uitnodigen voor een informele en informatieve bijeenkomst in Flevoland.

Gehoord de ervaringen van elders mag dit resultaat goed genoemd worden. Dit was voor ons aanleiding deze actie in het najaar 2002 te vervolgen en het betreffende bureau opdracht te geven tot het voeren van ruim 1.000 telefonische gesprekken met ondernemers uit de genoemde sectoren, over een ruimer gebied verspreid. Bovendien zijn hieraan toegevoegd de sectoren vervaardiging van machines en apparaten en vervaardiging van voedingsmiddelen (agribusiness).

Zolang bij een ondernemer nog geen voorkeur voor vestiging in één van de zes gemeenten bestaat zal de provincie het contact met deze ondernemer onderhouden. Met de gemeenten zijn in het FLAP afspraken gemaakt over de follow-up van deze activiteit indien een ondernemer aangeeft in vestiging in één specifieke gemeente geïnteresseerd te zijn.

Het belang van meer internationale samenwerking tussen onze eigen bedrijven met ondernemingen in het buitenland blijft onverminderd groot, zeker nu het exportvolume een teruggang vertoont.

Onderzoek naar de mogelijkheden voor een handelsmissie naar de USA heeft uitgewezen dat de kosten van voorbereiding en organisatie daarvan ruim boven het beschikbare budget uit zouden komen. In goed overleg met de provincie Utrecht (het betreft één van de concrete samenwerkingsprojecten, die ons college met het college van Utrecht overeen is gekomen) en de kamers van koophandel Flevoland, Utrecht en Gooi en Eemland is daarom besloten Polen, Tsjechië en Burgenland/Wenen als doelgebied te kiezen. Het degelijk voorbereiden van een missie naar deze landen van tussen de 12 en 24 bedrijven uit ons beider provincies bleek financieel wel haalbaar. Wij hebben daarom de kamers van koophandel, in samenwerking met de provincie Utrecht, opdracht gegeven een missie naar deze drie regio's in april/mei 2003 voor te bereiden. Onze financiële ondersteuning moet er toe bijdragen dat de drempel voor deelname bij het MKB in onze beide provincies zo laag mogelijk is: de provincie neemt immers het grootste deel van de kosten van de belangrijke voorbereidende fase voor zijn rekening.

De kamers van koophandel hebben een eerste verkenning inmiddels in Polen en Tsjechië uitgevoerd. Tijdens de missie naar Burgenland, november 2002, is vast komen te staan dat het bedrijfsleven in Burgenland onvoldoende houvast biedt voor een handelsmissie naar alleen dit deel van Oostenrijk. Daarom zal worden getracht aan dit onderdeel van de missie ook Wenen en omgeving toe te voegen.

In 2002 hebben wij promotioneel drie Flevolandse projecten in het bijzonder ondersteund: het WTC Almere, het Bioscience Park Lelystad (BSPL) en het congres @nders Werken in Almere.

Onze bijdrage als 'founding member' aan het WTC heeft een tweeledig doel: enerzijds de positie van het WTC ondersteunen in zijn positionering naar het gehele Flevolandse bedrijfsleven (bij voorbeeld door samenwerking bij de organisatie van een business-to-businessbeurs in Flevoland) en anderzijds door ten behoeve van het eigen bedrijfsleven gebruik te maken van het internationale netwerk van het WTC (bij voorbeeld door zijn betrokkenheid bij de uitvoering van de eerder genoemde handelsmissie naar enkele tot de EU toetredende landen en Burgenland/Wenen).

Onze bijdrage aan het BSPL bestond uit ondersteuning bij zijn presentatie op de Bio 2002 in Toronto (Canada), waarover de Staten al eerder een verslag heeft bereikt. Weinig verrassend moet een aantal maanden na deze beurs geconstateerd worden dat het aantrekken van buitenlandse investeerders niet van de ene op de andere dag succes kan hebben. Het zijn projecten van lange adem, waarvoor het BSPL langere tijd promotionele ondersteuning van de gemeente Lelystad, het CBIN en de provincie behoeft.

Daarnaast is onze provincie betrokken bij enkele andere promotie- en acquisitieprojecten van het BSPL en vindt regelmatig overleg met de initiatiefnemers plaats over de voortgang van het project. @nders Werken mag een inhoudelijk geslaagd congres genoemd worden. Telewerken werd, mits goed uitgevoerd en door ondernemers beleidsmatig ondersteund, als een belangrijke bijdrage gezien aan de vermindering van het fileleed. Almere is, door zijn breedbandvoorzieningen en wijkgericht beleid, bij uitstek een gemeente die voor deze vorm van werken als proeftuin kan dienen.

Afgelopen jaar hebben vrijwel alle Flevolandse gemeenten, Syntens en de kamer van koophandel hun medewerking aan de verdere uitbouw van het PRIS (www.businessinflevoland.nl) toegezegd. Met het FBT bestaat contact om ook zijn deelname te verzekeren. Hierdoor is het AxiPress mogelijk geworden deze site regelmatig te actualiseren en een digitale nieuwsbrief te versturen. Eigenlijk is het wachten op input vanuit het Bedrijventerreinen Monitorings Systeem, waardoor up-to-date informatie over beschikbare bedrijfslocaties aan het PRIS gekoppeld kan worden.

Dit alles overziende mogen we constateren dat het Jaarprogramma Economische Gebiedspromotie 2002 conform de beoogde doelstelling is uitgevoerd. Dit is voor ons mede aanleiding grotendeels op de ingeslagen weg voort te gaan. Daarbij speelt, dat gevolgde actielijnen waardevol en effectief blijken te zijn en dat juist bij gebiedspromotie continuïteit en meerjarige focus essentieel is.

JAARPROGRAMMA 2003

Ten opzichte van 2002 willen wij, voor zover het beschikbare budget en een aantal 'vaste keuzes' dat toelaten, het accent leggen op activiteiten, die zich primair richten op bedrijven buiten Flevoland. Evenals vorig jaar willen wij in dit programma een drietal categorieën onderscheiden, waarin de te ondernemen activiteiten, zowel diegene die wel als die geen geld kosten, zijn verdeeld:

- Datgene behouden wat goed is.
- Activiteiten, met name gericht op het eigen bedrijfsleven, c.q. gebied.
- Activiteiten, gericht op bedrijven buiten Flevoland.

Datgene behouden wat goed is

a) Artikelen in een blad voor Flevolandse ondernemers

Wij hebben inmiddels van zowel Ondernemend Nederland als Ondernemend Flevoland een aanbieding voor 2003 ontvangen. In het vorige hoofdstuk hebben wij reeds aangegeven welke criteria wij willen hanteren om tussen deze twee aanbiedingen een verantwoorde keuze te maken. Wij hebben de offertes beoordeeld op betrouwbaarheid van de uitgifte, kwaliteit en veelzijdigheid en de omvang van het blad, c.q. het katern in relatie tot de prijs en draagvlak bij c.q. kennis van het Flevolandse bedrijfsleven. Bovendien hebben wij meegewogen de vraag of er voldoende kwaliteitsgarantie gegeven kan worden zodat wij het blad ook zelf ruimer kunnen verspreiden.

Ondernemend Nederland wil vanaf begin 2003 het huidige regiokatern omzetten in een aparte uitgave voor Flevoland: "Flevoland in Business". Dit blad zal 6 maal per jaar verschijnen en een sterke link hebben met het economisch televisieprogramma, dat Omroep Flevoland maandelijks (vooral nog tot de zomer 2003) uit zal zenden. De inhoud van de eventueel te plaatsen provinciale pagina's zal in goed onderling overleg met de provincie tot stand komen.

Deze uitgever biedt 3 pagina's aan per uitgave (18 blz. in totaal) voor € 10.210 op jaarbasis, exclusief BTW.

Voor 6 pagina's per uitgave vraagt deze uitgever op jaarbasis € 20.420 exclusief BTW.

Ondernemend Flevoland zal in 2003 acht maal verschijnen, vanaf augustus 2003 maandelijks. Hiervoor, dus voor $3 \times 8 = 24$ bladzijden, jaarbasis) offreert de uitgever € 11.280 inclusief BTW (€ 9.480 excl. BTW). Bovendien zit bij deze offerte in de verspreiding van het blad onder maximaal 450 door ons aan te leveren adressen buiten Flevoland. Ook bij deze uitgever zal de redactie in goed onderling overleg tot stand komen.

Ons college heeft inmiddels over beide aanbiedingen een besluit genomen. Op basis van de geboden prijs en op basis van vertrouwen in Ondernemend Flevoland heeft ons college gekozen voor dit laatste medium. Daarbij hebben ook de ervaringen van het afgelopen jaar met Ondernemend Nederland meegewogen. Daarom reserveren wij voor publicaties in Ondernemend Flevoland ten laste van post 7.03.11 een bedrag van € 9.480 exclusief BTW.

b) Huur kamer OCF

Voor de voortzetting van de huur van de kamer in het OndernemingenCentrum is op post 7.03.14 € 4.518 exclusief BTW beschikbaar. Vormen van samenwerking op gebieden als bevordering internationalisering van ons bedrijfsleven en gezamenlijke gebiedspromotie kunnen hiervan uit plaats vinden.

c) Huur Statenjacht (Flevo-aak)

Door een meer pro-actieve opstelling en het betrekken van de gehele provinciale organisatie, maar ook de gemeenten bij voorbeeld, zal worden getracht het Statenjacht meer voor promotionele doeleinden in te zetten. Daarbij kan onder andere gedacht worden aan de ontvangst van een of enkele ambassadeurs, in combinatie met bedrijven, die vanuit hun land in Flevoland zijn gevestigd. Gemeenten van vestiging zullen daarbij worden betrokken. Zo bezien kan een deel van de vaartochten wellicht worden ingezet in het kader van het "schatgraven in eigen tuin", dat verderop aan de orde komt. Benutting in het kader van de provinciale clusterprojecten, zoals in 2001, is eveneens een mogelijke optie.

Op de begroting is hiervoor € 13.502 gereserveerd.

SAMENVATTING DATGENE BEHOUDEN WAT GOED IS.

• Artikelen (post 7.03.11)		€ 9.480
• Huur kamer OCF (post 7.03.14)	€ 4.518	
• Huur Statenjacht (post 7.03.12)	€ 13.502	
Totaal op post 7.03.11:		€ 9.480

Activiteiten, met name gericht op het eigen bedrijfsleven, c.q. gebied

ZAKEN, DIE GEEN BUDGET BEHOEVEN

Hieronder vallen zaken als het periodieke Promotie-overleg (met de gemeenten, het FBT en de kamer van koophandel), het FLAP (Flevolands Acquisitie Platform) en accountmanagement (bestuurlijk en ambtelijk). Hieraan zijn geen kosten verbonden.

- Het Promotie-overleg coördineert en organiseert gezamenlijke promotie-uitingen zoals beursdeelname, werkzaamheden aangaande het PRIS en andere promotionele uitingen. Drie tot vier maal per jaar worden hierin voorstellen voorbereid en uitgevoerd onder het motto "samen sterk": door budgetten van verschillende partners bij elkaar te voegen kunnen bepaalde communicatie-uitingen sterker zijn dan wanneer partijen elk afzonderlijk op zouden treden. Het komende jaar zal naar verwachting vooral in het teken staan van overleg over een mogelijke aanpak van de onbekendheid, c.q. imagoverbetering van Flevoland.
- Het FLAP (Flevolands Acquisitie Platform) is, in navolging van het Nationaal Acquisitie Platform van het CBIN, een driemaandelijks bijeenkomst met de acquireurs van de gemeenten en met de kamer van koophandel. Onlangs is besloten het FLAP beurtelings in een van de gemeenten te houden om daarmee meer inzicht te krijgen in het acquisitiebeleid van de gemeenten. De uitwisseling van kennis en ervaring en de versterking van het "wij-gevoel" staan hier centraal.
- Onder accountmanagement worden onder meer gerekend het bezoeken van bedrijven (met name die, welke over internationale contacten beschikken) en het bijwonen van -informele- bijeenkomsten van de verschillende bedrijfskringen. De voorbereiding van bedrijfsbezoeken vindt plaats in goed overleg met de gemeente, waar het bedrijf is gevestigd. Het participeren in Meeting More bijeenkomsten, die het Flevum Forum Netwerk organiseert, en in fora als I-City en van het WTC behoort ook tot het accountmanagement. Deze activiteit leidt tot een dieper inzicht in het wel en wee van bedrijven in onze provincie.
- Het spreekt vanzelf dat de mening van het Almeerse bedrijfsleven over een mogelijke regionale B2B-beurs, gezien het economisch belang in het zuidelijk deel van onze provincie, voor ons van grote waarde is. Voor ons vormen de positieve uitkomsten van het hiervoor genoemde onderzoek daarom reden genoeg om op deze weg door te gaan. Gezien de wens tot een goede afstemming en verkrijging van voldoende draagvlak ziet het er niet naar uit dat een dergelijke beurs reeds in 2003 plaats zal kunnen vinden. Wij willen daarom 2003 gebruiken om definitief vast te stellen of

er, over geheel Flevoland verspreid, voldoende belangstelling bij het Flevolandse bedrijfsleven aanwezig is om een business-to-business beurs in het jaar daarop te (laten) organiseren. De gemeenten houden wij van onze vorderingen op de hoogte. Hieraan zijn in 2003 derhalve geen kosten verbonden.

ZAKEN, DIE WEL BUDGET BEHOEVEN

a) Bevordering internationalisering

De inleiding maakte al melding van het onderzoek van de Rabobank over de Flevolandse economie. De exportcijfers van Flevolandse bedrijven zijn minder goed dan die in andere provincies. De bevordering van de internationale verankering van ons bedrijfsleven verdient dus blijvende aandacht. De concurrentiepositie van onze naar verhouding nog jonge bedrijven dient versterkt te worden.

Wij zien op dit punt een groeiende samenwerking tussen de kamer van koophandel en de World Trade Center Association in Almere. Met hen is het gehele traject van het kweken van begrip voor nut en noodzaak van internationale contacten tot en met het uitvoeren van handelsmissies besproken. Beide organisaties onderzoeken met ons de mogelijkheid om een aanvullend op de behoeften van ons bedrijfsleven aansluitend pakket van maatregelen en diensten te ontwikkelen, dat als extra impuls de komende jaren met behulp van ons Europees programma tot uitvoering kan komen. Daarbij staat ons zowel een multisectorale als een benadering per sector (clusteraanpak) voor ogen. Waarbij zowel de bestaande 'hot spots' zoals België en Duitsland worden betrokken als de opkomende markten. Daarnaast zullen wij onderzoeken in hoeverre het Programma Innovatieve Acties van de EU, dat aan ons RITP is verbonden, voor wat betreft het aspect internationalisering mogelijkheden biedt. Vooralsnog is hierbinnen € 100.000 gereserveerd voor het thema internationalisering. Hierbij zal het gaan om internationale samenwerking tussen hightech bedrijven en kennisinstellingen in het algemeen en om internationale R&D samenwerking in het bijzonder. Eind 2002 verwachten wij een besluit uit Brussel over onze aanvraag terzake.

Het onderhavige programma biedt voor de korte termijn, 2003, in ieder geval reeds enkele mogelijkheden.

In het najaar 2002 hebben, zoals hiervoor al is aangegeven, de provincies Flevoland en Utrecht aan de kamers van koophandel Utrecht, Flevoland en Gooi en Eemland opdracht gegeven tot de voorbereiding, organisatie, begeleiding en nazorg van een handelsmissie naar Tsjechië, Polen en Burgenland/Wenen (Oostenrijk). Doelstelling is minimaal 12 en maximaal 24 deelnemende bedrijven uit beide provincies. De missie is gepland voor de periode april / mei 2003. Nader zal worden gezien of eventuele ambtelijk participatie aan deze missie (met het oog op ondersteuning van deelnemers, kwaliteitscontrole op de missie zelf etc) noodzakelijk is.

Op het moment van schrijven van dit Jaarprogramma is de voorbereiding van deze handelsmissie nog volop gaande. Mocht een dergelijke aanpak, zoals wij in ieder geval verwachten, voldoende belangstelling genereren, dan sluiten wij niet uit dat deze opzet, wellicht opnieuw samen met de provincie Utrecht, in de toekomst wordt herhaald.

Zoals bekend heeft de gedeputeerde Economische Zaken in mei 1999 een overeenkomst met het provinciebestuur van Zhejiang getekend ter bevordering van technische en economische samenwerking. Eind november 2002 heeft, door tussenkomst van de Vereniging Nederland-China (VNC), een gesprek plaats gevonden met een vertegenwoordiging van de 'Zhejiang Provincial People's Association For Friendship With Foreign Countries'.

Twee zaken werden tijdens die ontmoeting duidelijk.

In de eerste plaats hecht Zhejiang zeer sterk aan het onderhouden van zakelijke relaties met provincies en gemeenten in het buitenland. Deze Chinese provincie heeft talrijke economische relaties met regio's elders in de wereld. Hieruit zijn diverse buitenlandse investeringen en partnerships met Chinese bedrijven tot stand gekomen. Zij beschreven de Chinese markt voor buitenlandse, dus ook Nederlandse contacten, als zeer kansrijk. Zhejiang zou het toejuichen indien vanuit Nederland het initiatief wordt genomen om tussen Nederland/Flevoland en Zhejiang een meer intensieve

economische relatie tot stand te brengen, zoals ook in bovengenoemde overeenkomst als intentie is vastgelegd. Van onze kant is duidelijk gemaakt, dat het dan in de eerste plaats zal gaan om het leggen van handelscontacten. In joint ventures en de overdracht van kennis bestaat bij het Nederlandse bedrijfsleven in dit stadium nog onvoldoende belangstelling.

In de tweede plaats lijkt een Nederlandse provincie op zich onvoldoende draagvlak te hebben om zelfstandig een handelsmissie naar China te ondernemen. Ook naar de mening van de VNC en het IPO BOAG EZ is op dit vlak samenwerking met andere Nederlandse provincies geboden. Een enkele Nederlandse provincie (Noord-Holland) kent een intensieve relatie met een Chinese provincie terwijl andere provincies zoals Utrecht en Noord-Brabant, net als Flevoland, moeite hebben om hun relatie daadwerkelijk economisch invulling te geven.

Over dit onderwerp heeft onlangs overleg plaats gevonden met de vertegenwoordiging van de EVD uit Hangzhou, hoofdstad van Zhejiang. Ook dit kantoor (en het Ministerie EZ) moedigt een handelsmissie uit meerdere Nederlandse provincies zeer aan. Het land biedt volop kansen voor nieuwe handelsbetrekkingen, zowel import (wat met name voor Flevolandse bedrijven van belang kan zijn) als voor export, aldus de EVD. Herinnerd zij aan het feit dat destijds, ten tijde van de ondertekening van genoemde overeenkomst tussen Zhejiang en Flevoland, door het Ministerie van Buitenlandse Zaken (consulaat generaal te Shanghai) nadrukkelijk richting Flevoland is onderstreept dat het Rijk serieuze invulling van onze relatie verwacht, juist ook omdat Zhejiang tot de rijkste en snelst groeiende provincies in China behoort.

Het zgn. Netherlands Business Support Office is, evenals de overige zeven kantoren van de EVD in China, bereid om voor de Nederlandse bedrijven kosteloos de matching uit te voeren met mogelijke Chinese counterparts. Men adviseerde om een dergelijke missie uit te voeren in september of oktober van 2003.

Wij zullen daarom proberen om met meerdere provincies zoals Utrecht en Noord-Brabant, waar interesse voor samenwerking op dit gebied bestaat, in 2003 een handelsmissie van 12 - 15 bedrijven tot stand te brengen. Doelgebieden in China zullen dan, naast Zhejiang (en het nabijgelegen Shanghai) de zusterprovincies van Utrecht (Guangdong) en Noord-Brabant (Jiangsu, direct ten noorden van Zhejiang) kunnen zijn. Afhankelijk van het aanbod vanuit andere Nederlandse provincies kunnen dit ook andere regio's in China zijn.

Geschat wordt dat de voorbereidingskosten (mede in relatie tot de inzet van kvk's en vergelijkbare instellingen in Nederland) per provincie tussen de € 10.000 en € 15.000 zullen bedragen. Offertes zullen worden aangevraagd.

Voorshands wordt voor bevordering van internationalisering van ons bedrijfsleven € 17.500 gereserveerd op post 7.03.11.

b) Subsidies economische gebiedspromotie

Het subsidieplafond voor deze activiteit, post 7.03.15, is reeds eerder vastgesteld op € 23.500. Per project is maximaal € 11.345 beschikbaar. De betreffende beleidsregel blijkt in 2002 te hebben voldaan en behoeft dus geen bijstelling.

Het valt te verwachten, dat zich in dit verband promotieactiviteiten voordoen, die zich lenen voor het uitnodigen van gasten. In dat kader is het relatiebestand, dat de provincie opbouwt met behulp van de direct mail actie, van belang. Deze ondernemers van buiten Flevoland, die aan hebben gegeven belangstelling te hebben voor de economische ontwikkeling in Flevoland, zullen, wanneer de gelegenheid zich voordoet, door ons worden uitgenodigd.

Door middel van actieve communicatie zullen wij deze subsidiemogelijkheid onder de aandacht van het Flevolandse bedrijfsleven brengen.

SAMENVATTING ACTIVITEITEN VOOR EIGEN BEDRIJFSLEVEN, CQ. GEBIED

- Bevordering internationalisering (7.03.11): € 17.500
- Subsidies economische gebiedspromotie (7.03.15): € 23.500

Totaal op post 7.03.11: € 17.500

Activiteiten, gericht op bedrijven buiten Flevoland

ZAKEN, DIE GEEN BUDGET BEHOEVEN

Beursbezoek, het onderhouden van nauwe contacten met het CBIN en informatieverstrekking kunnen kosteloos plaatsvinden.

- Aan een beurs hoeft niet altijd met een eigen, kostbare stand deelgenomen te worden. Het actief bezoeken van een interessante beurs, het daar gericht leggen van contacten en het uitdelen van visitekaartjes kunnen al nuttige informatie en afspraken opleveren. Voor zover de personele capaciteit dit toelaat zal hieraan aandacht worden besteed, zo mogelijk in samenwerking met de gemeenten en in het verlengde van de provinciale speerpunten uit het REOF.
- Het contact met het CBIN behoeft, zoals in de inleiding reeds is opgemerkt, intensivering en een wat andere aanpak. In vergelijking met andere provincies en ontwikkelingsmaatschappijen laten vertegenwoordigers van de provincie Flevoland zich bovendien nog te weinig in Den Haag zien. Door een actieve participatie in inhoudelijke werkgroepen en door intensiever bezoek aan het hoofdkantoor van het CBIN hopen wij onze inzet op dit punt te kunnen verbeteren. Ook zal vorm gegeven worden aan rechtstreeks periodiek contact met de CBIN-kantoren in het buitenland door middel van reguliere mailings.
- Informatieverstrekking aan ondernemers van buiten Flevoland is een continue proces. Hoewel een deel van deze informatie sinds de start van het nieuwe Europese programma door de afdeling PME wordt verzorgd, komen er bij de afdeling Economische Zaken nog vele verzoeken om informatie binnen. Dit is met name het gevolg van de thans lopende direct mail actie. Deze worden zo secuur en concreet mogelijk afgehandeld; indien daartoe aanleiding is worden deze ondernemers bezocht of doorgeleid naar een of meerdere gemeenten. De nieuwe brochures en de digitale nieuwsbrief van het PRIS vervullen hier een bruikbare rol.
- “Schatgraven in eigen tuin” was ooit een bedachte formule, die inhoudt dat je door middel van goede contacten met het eigen, internationale bedrijfsleven, mogelijk tips kunt genereren over (buitenlandse) bedrijven, die op zoek blijken te zijn naar een nieuwe locatie in Europa, Nederland. Samen met die ondernemer kunnen we dan proberen dat buitenlandse bedrijf voor vestiging in Flevoland te interesseren. Deze aanpak zal parallel kunnen lopen met de af te leggen bedrijfsbezoeken bij Flevolandse bedrijven. Tegelijkertijd kan hierbij in bijzondere gevallen gebruik worden gemaakt van het Statenjacht.

ZAKEN, DIE WEL BUDGET BEHOEVEN

a) Skûtsjesilen

Het is, behoudens in 2002, traditie geworden dat de provincie tijdens de Bataviarace enkele skûtsjes huurt, waarop de provincie een of meerdere doelgroepen uitnodigt mee te varen. In 2003 kan gedacht worden aan het uitnodigen van die ondernemers van buiten Flevoland, die tijdens onze direct mail actie hebben aangegeven interesse te hebben in de economische ontwikkelingen in Flevoland. Een andere mogelijkheid is het uitnodigen van kopstukken van de landelijke werkgeversorganisaties in combinatie met regionale vertegenwoordigers, de kamer van koophandel en Syntens. De inzet van het Statenjacht Carla Lammers bij dit evenement kan overwogen worden. Voor 3 skûtsjes is op post 7.03.11 € 7.250,= nodig.

b) Ontvangsten tijdens door ons gesubsidieerde projecten en/of evenementen

In het vorige hoofdstuk behandelden wij al de subsidies economische gebiedspromotie. Daar zullen evenementen of projecten bij zijn, die zich lenen voor het uitnodigen van gasten, specifieke doelgroepen.

Voor hospitality wordt op post 7.03.11 apart een bedrag van € 3.000 geraamd, zodat een en ander goed verzorgd plaats kan vinden.

c) Vormen van samenwerking

Onbekend maakt onbemind, het is vaker gezegd. In de inleiding is al het door BV De Aanjager geëntameerde onderzoek naar het promotiebeleid in Flevoland van Buck Consultants International gememoreerd. Thans kunnen nog geen definitieve conclusies uit dit onderzoek en het eerste overleg daarover getrokken worden. Dat betekent, dat zeker nog niet duidelijk is welke activiteiten er, in gezamenlijkheid, concreet van de grond zullen komen. Maar wij menen dat er voldoende aanleiding is om in ons jaarprogramma voor 2003, als eerste aanzet en als 'smeerolie' tot verdergaande vormen van samenwerking de komende jaren, een bedrag op te nemen om acties en/of activiteiten ter bevordering van de bekendheid van Flevoland te helpen opzetten.

Wij zullen daartoe in bij voorbeeld het Promotie-overleg en het Flevolands Acquisitie Platform nauw overleggen met de meest betrokken partijen. Wanneer voldoende overeenstemming is gevonden over de te ondernemen acties en activiteiten zullen wij een nader besluit nemen over het door ons daarvoor beschikbaar te stellen budget, waarvoor wij op post 7.03.11 vooralsnog € 20.000 reserveren.

d) Bijhouden PRIS

Nu de meeste gemeenten, de kamer van koophandel, Syntens en hopelijk binnenkort ook het FBT hun medewerking, financieel of in uren, voor drie jaar hebben toegezegd is er voor ons aanleiding om eveneens in 2003 een bedrag beschikbaar te stellen voor het uitbreiden en up-to-date houden van de op het PRIS aanwezige informatie. Bovendien kan van dit bedrag een deel van het PRIS in het Engels vertaald worden en kan een beperkt tevredenheidsonderzoek worden uitgevoerd..

Op post 7.03.11 reserveren wij hiervoor € 12.500. De overige participanten leggen hiervoor samen meer dan het dubbele op tafel.

e) Projectondersteuning in de promotie

In 2002 is vast komen te staan dat projecten als het Bioscience Park Lelystad niet van de ene op de andere dag op eigen benen kunnen staan, ook niet in promotionele zin. Tegelijk werd duidelijk, dat een concrete ondersteuning, zoals bij de beurs Bio 2002, op de langere termijn zijn vruchten af zou kunnen werpen: er is nog een aantal interessante leads uit de Bio 2002 in behandeling.

Deze gedachte brengt ons ertoe in 2003 opnieuw ruimte in ons budget te reserveren voor promotionele ondersteuning van enkele (grotere) toonaangevende projecten in Flevoland: het BSPL en het WTC. In tegenstelling tot het Geomaticapark is hiervoor (nog) geen Europees geld ten behoeve van promotie beschikbaar. In concreto denken wij aan een bijdrage aan de deelname van het BSPL aan de Bio 2003 in Washington D.C. (op basis van de zelfde succesvolle samenwerking met 6 andere regio's in Nederland, het CBIN en de EVD) en aan een tweede bijdrage aan het WTC teneinde ons 'founding membership' ten volle uit te kunnen oefenen en om het WTC met deze bijdrage meer in staat te stellen bij te dragen aan de internationalisering van het Flevolands bedrijfsleven.

Totaal reserveren wij op post 7.03.11 hiervoor Euro 17.500.

f) Kaartje kerncijfers en update Flevoland Actueel

Het is al jaren een goede gewoonte tijdens de nieuwjaarsreceptie van de provincie het kleine kaartje "Kerncijfers" beschikbaar te hebben. Voor bijstelling hiervan is € 2.000 nodig.

De brochure "Flevoland Actueel", onderdeel van de gehele reeks brochures, is alweer twee jaar oud. Indien wij anderen verwijten niet op de hoogte te zijn van recente ontwikkelingen in Flevoland, dan dient ons eigen promotiemateriaal actueel te zijn. Hiervoor is naar schatting € 5.000 nodig. Voor beide uitgaven reserveren wij op post 7.03.11 € 7.000.

g) Nieuwe vouwwand

Op beurzen, symposia en dergelijke bestaat geregeld de behoefte op overzichtelijke wijze enkele positieve vestigingskenmerken van Flevoland onder de aandacht te brengen. Een snel in elkaar te zetten vouwwand is daarvoor zeer geschikt.

De bestaande vouwwand dateert nog uit de tijd van de Holland Flevoland Business Zone, is derhalve vele jaren oud en dus aan vervanging toe. De kosten hiervan worden begroot op € 4.000, ten laste van 7.03.11.

h) Uitreiking Flevo Award

Eerder gaven wij al aan dat de uitreiking van de Flevo Award in 2002 geen doorgang vond. Maar dit neemt niet weg dat wij de ceremonie op zich van grote waarde achten voor zowel ons eigen bedrijfsleven als voor de economische promotie van Flevoland naar bedrijven en instellingen buiten Flevoland. Een aansprekende winnaar en een goede regie inzake de communicatie rond de uitreiking moeten Flevoland in de rest van het land de nodige positieve publiciteit kunnen geven.

Wij reserveren hiervoor daarom, evenals in 2002, een bedrag van € 15.000. Hierin is de prijs van € 10.000 begrepen.

i) Overige activiteiten

Er resteert nog een bedrag van € 1.267. Dit bedragje kan ad-hoc worden aangewend voor overige uitgaven zoals een kleine advertentie.

SAMENVATTING ACTIVITEITEN, GERICHT OP BEDRIJVEN BUITEN FLEVOLAND

• Skûtsjesilen:	€ 7.250
• Ontvangsten:	€ 3.000
• Vormen van samenwerking (m.n. gemeenten):	€ 20.000
• Bijhouden PRIS:	€ 12.500
• Projectondersteuning (m.n. BSPL en WTC):	€ 17.500
• Updating cijfermateriaal:	€ 7.000
• Vouwwand:	€ 4.000
• Uitreiking Flevo Award:	€ 15.000
• Overige activiteiten:	€ 1.267
Totaal:	€ 87.517

Deze activiteiten komen alle ten laste van post 7.03.11.

SAMENVATTEND

Het Jaarprogramma Economische Gebiedspromotie 2003 laat zich in financiële zin als volgt samenvatten:

1) Ten laste van post 7.03.11:		
• Artikelen in Ondernemend Flevoland:	€ 9.480	
• Bevordering internationalisering:	€ 17.500	
• Skûtsjesilen:	€ 7.250	
• Ontvangsten:	€ 3.000	
• Vormen van samenwerking:	€ 20.000	
• Bijhouden PRIS:	€ 12.500	
• Projectondersteuning:	€ 17.500	
• Updating cijfermateriaal:	€ 7.000	
• Vouwwand:	€ 4.000	
• Uitreiking Flevo Award:	€ 15.000	
• Overige activiteiten:	<u>€ 1.267</u>	
Totaal:	€ 114.497	€ 114.497
2) Ten laste van post 7.03.12:		
• Huur Flevo-aak:		€ 13.502
3) Ten laste van post 7.03.14:		
• Huur kamer OCF:	€ 4.518	
4) Ten laste van post 7.03.15:		
• Subsidies economische gebiedspromotie:	<u>€ 23.500</u>	
Totaal:		€ 156.017