

**Almere Centrum op weg naar
de Floriade,
de Floriade op weg naar
Almere Centrum**

Convenant

Almere City Marketing | CAH Vilentum | Corio Nederland |
Directieoverleg Culturele Instellingen in Almere | Gemeente Almere |
OndernemersVereniging Stadscentrum Almere | Platform Almere Centrum |
Unibail-Rodamco | Windesheim Flevoland

In de zomer van 2014 hebben betrokken en belanghebbende partijen – in het verlengde van het traject Next Level I – in Almere Centrum de propositie 'Almere Centrum op weg naar de Floriade' uitgebracht. In deze propositie zijn voorstellen gedaan hoe in de aanloop naar de Floriade deze wereldtuinbouwtentoonstelling en Almere Centrum optimaal van elkaar kunnen profiteren.

Deze bijzondere samenwerking en dit verleidelijk aanbod passen precies bij de manier waarop Almere de Floriade benadert: de wereldtuinbouwtentoonstelling niet beperken tot een eenmalig evenement gedurende zes maanden in 2022, maar deze tien jaar lang (2015-2025) van continue en blijvende betekenis laten zijn voor de regio, de stad, de bewoners, de ondernemers en bezoekers. En vice versa, het organiserend vermogen, de veelzijdigheid en de strategische positie van Almere Centrum inzetten om de Floriade eigentijds, relevant en voor velen aantrekkelijk te laten zijn.

De propositie is de opstap geweest om concretere afspraken te maken. In onderhavig convenant leggen Almere City Marketing, CAH Vilentum, Corio Nederland, Directieoverleg Culturele Instellingen Almere, Gemeente Almere, Ondernemersvereniging Stadscentrum Almere, Platform Almere Centrum, Unibail-Rodamco en Windesheim Flevoland vast wat de Floriade en Almere Centrum voor elkaar betekenen, hoe de Floriade op deze bijzondere maar ook logische plek letterlijk en figuurlijk kan opbloeien, wat dit vraagt van de samenwerking en wat bewoners, ondernemers en bezoekers al in de eerstkomende jaren ervaren.

Dit convenant bestaat uit drie delen. In deel I gaat het om de wisselwerking tussen Almere Centrum en Floriade. In deel II wordt benoemd wat dit aan successen oplevert en hoe, via twee bewegingen in Almere Centrum, dit zichtbaar en beleefbaar wordt. Deze twee bewegingen brengen focus en samenhang aan in de voorstellen uit de eerder genoemde propositie. In deel III staat de samenwerking centraal; in Almere Centrum en met de aanstaande Floriade-onderneming.

Deel I | Almere Centrum – Floriade, Floriade – Almere Centrum

Er is er een jarig

Het lijkt bijna vanzelfsprekend. Alsof het er altijd al is geweest. Maar wat nu bekend staat als Almere Centrum, ofwel de combinatie van het 'oude centrum' met de winkels en passages uit de jaren '80 en Citymall Almere, dateert pas uit 2006. Almere Centrum bestaat dus binnenkort tien jaar. Een (verjaardags)feestje waard. Want na het weghalen van de schuttingen in 2006 hebben velen dit centrum in hun hart gesloten.

Verrassend, veelzijdig en vooruitstrevend

Op de vraag wat men waardeert, worden twee kwaliteiten met stip genoemd. Ten eerste is dit de veelzijdigheid, of beter gesteld: de verrassende veelzijdigheid van Almere Centrum. Een hardnekkig misverstand, vooral onder niet-Almeeders, is immers dat Almere Centrum een winkelcentrum is. Maar het is zoveel meer. Met de opening van Citymall Almere in 2006 is naast de realisatie van extra wooncomplexen het winkeloppervlak weliswaar meer dan verdubbeld tot zo'n 115.000 m², maar in zo'n 200 van de in totaal bijna 500 panden zijn andere functies dan winkels gevestigd. Zoals: makelaars, uitzendbureaus en reisbureaus, horeca, twee hoge scholen, kantoren, de schouwburg, poppodium de Meester, de interactieve veiligheidsexpo

Peer Ulijn, algemeen verslaggever van het NOS-Journaal en bewoner van Almere, beschrijft in het boek 'Ik woon in Almere; de stad die geschiedenis maakt' een persoonlijke en waarschijnlijk voor veel Almeeders herkenbare ervaring: '(...) Tientallen keren hadden we voor de lange met graffiti bekladde schutting gestaan. Daarachter werd gebouwd. Enorme bouwkransen droegen bouwmaterialen met trage bewegingen naar hun bestemming. 'Hier wordt gebouwd aan het nieuwe stadshart van Almere' stond er op de schutting. Door kijkgaten konden de werkzaamheden worden gevolgd. We speculeerden over hoe het er uiteindelijk uit zou zijn. (...) In het voorjaar 2006 werden de schuttingen weggehaald en stroomden de Almeeders hun nieuwe winkelgebied binnen. De verwondering was van de gezichten van de mensen af te lezen. Sommigen liepen een beetje verwaasd rond, hadden duidelijk moeite zich te oriënteren in dit supermoderne koopwalhalla. Hoge gebouwen, brede straten, veel glas, veel licht. Het was gewoon heel anders dan je van Almere gewend was. Hier was een duidelijke keuze gemaakt voor een toekomst als moderne grote stad, dat zag je aan alles.'

In het boek 'Almere 30 jaar in verbinding met haar inwoners' wordt terug gegaan naar hoe gekozen is voor Rem Koolhaas, de internationaal vermaarde architect van het Office for Metropolitan Architecture en opsteller van het masterplan voor Almere Centrum. Naar aanleiding van een prijsvraag, uitgeschreven in 1994, ontvouwen vier stedenbouwkundige bureaus hun ideeën. De toenmalige wethouder met in zijn portefeuille financiën, sport, grondbedrijf en stadscentrum wilde vooral antwoord op één vraag. Welk van de vier masterplannen sloot het beste aan bij het 'simpele' verlangen van de gemiddelde Almeerder om met plezier de stad in te gaan en daar te winkelen, te wandelen, uit eten te gaan en een theater te bezoeken? Naast de bevlogenheid en bijna wetenschappelijke onderbouwing waarmee Rem Koolhaas zijn visie op een eigentijds centrum ontvouwde, was het concept niet alleen uniek en vooruitstrevend, maar beantwoordde het ook aan de vraag zoals hiervoor gesteld.

PIT, het centrum voor architectuur Casla, de bioscoop Utopolis, de bibliotheek en het stadhuis. En nieuwe initiatieven die nog eens een extra dimensie aan Almere Centrum zouden kunnen geven, worden voorbereid of op haalbaarheid verkend. Zoals een skatebaan onder de busbaan of het Breinhuis.

Ten tweede wordt vaak het vooruitstrevende van Almere Centrum als kwaliteit genoemd. In zijn visie op wat een modern centrum in een jonge en groeiende stad moet zijn. In zijn vormgeving, met moderne architectuur en zijn gebogen en autovrije maaiveld dat loopt van het station naar een hoogte van zes meter om vervolgens weer neer te dalen naar het niveau van het Weerwater. In zijn gemak, met zijn bus- en autowegen, laad- en losplaatsen, ruim gedimensioneerde parkeervoorzieningen en volautomatische afvalverwerkingssysteem onder het maaiveld. In het bieden van een aantrekkelijk woonmilieu, bovenop het maaiveld woningen met bomen voor de deur en grasvelden. In zijn aanpassingsvermogen. En, last but not least, in zijn samenwerking. De verschillende partijen in Almere Centrum noemen deze uniek, vanwege de

daadkracht en durf, de eensgezindheid, de korte lijnen en de snelheid van handelen, de professionaliteit, de kwaliteit van activiteiten en uiteraard de concrete resultaten die met elkaar geboekt worden.

Voorop blijven lopen

In de afgelopen jaren is, mede in het kader van het traject Next Level I, substantieel geïnvesteerd in Almere Centrum. De bibliotheek heeft een nieuw onderkomen gekregen. Twee hogescholen hebben bewust voor Almere Centrum gekozen en zorgen met nu al zo'n 250 docenten en 2.500 studenten voor een gezellige reuring. Het Schipperplein is heringericht. Het Belfort heeft qua uitstraling en sfeer een metamorfose ondergaan. En voortdurend wordt gewerkt aan het behouden en verbreden van een gevarieerd aanbod, beheer en onderhoud, aantrekkelijke evenementen en een aansprekende en effectieve marketing.

Dat hoort bij een centrum dat gericht en voorbereid is op de toekomst. Maar dat is ook nodig. De concurrentie tussen centra in Nederland is enorm. Alle centra werken aan wat je zou kunnen noemen de magic mix; een gevarieerd en eigentijds aanbod, uitstekende bereikbaarheid, een logische route met trekkers, openbare plekken waar je graag bent, een schone en veilige omgeving, een bijzondere sfeer, gastvrijheid en gemak, een hoge belevingsfactor. En centra die hier bovengaan, zijn centra met een onderscheidend imago. De huidige kenmerken van Almere Centrum – modern, menselijke maat, voortdurend verrassend, actief organiserend vermogen en gedeeld begrip van wat er moet gebeuren – vormen een goede basis om dit onderscheidend imago verder uit te bouwen. De nominatie van de Nederlandse Raad Winkelcentra voor de campagne 'Dichterbij dan je denkt' is hier zo'n voorbeeld van.

Wederzijds profijt, nu en straks

De Floriade is een uitgelezen kans om de concurrentiepositie, aantrekkingskracht, belevingswaarde en het onderscheidend imago van Almere Centrum te versterken. Maar andersom geldt hetzelfde. Door midden in de noordvleugel van de Randstad en dan ook nog eens midden in de snelst groeiende stad van Nederland de Floriade te laten plaatsvinden, kan bewezen worden dat deze wereldtuinbouwtentoonstelling helemaal van deze tijd is, aansluit op wat er speelt in een stedelijke samenleving en het verschil oplevert waar de bewoners, ondernemers en bezoekers op zoek naar zijn. Noem dit maar gerust wederzijds profijt of dubbele winst, althans wanneer dit niet alleen na 2022, maar ook de komende jaren al zichtbare, beleefbare, meetbare en door gewaardeerde resultaten oplevert.



Foto: Studio Kasternans



Dat Almere, Almere Centrum en de Floriade elkaars natuurlijke bondgenoten zijn, kan op een geloofwaardige en overtuigende manier verteld worden. In het verbinden van stad en landschap, het centraal stellen van een hoge kwaliteit van leven en de progressieve en ondernemende houding zijn zij elkaars gelijke. De thema's die in de aanloop naar 2022 en tijdens de expositie centraal staan, passen bij wat Almere beoogt, wat Almere geworden is en wat het als grondslagen ziet voor verdere groei en bloei:

- **Energizing the city**, gericht op duurzame systemen, gesloten kringlopen en zelfvoorziening
- **Feeding the city**, waarbij de voedselproductie weer terug in de stad komt
- **Greening the city**, waarbij het groen wordt ingezet als cruciaal onderdeel van een leefbare en sfeervolle stad en
- **Healthying the city**, de zoektocht naar gezonde voeding, nieuwe zorgconcepten en de wijze waarop het groen bijdraagt aan het welbevinden en de productiviteit van mensen.

Deel II | Focus op strategie, marketing en resultaat

In de propositie 'Almere Centrum op weg naar de Floriade' is een hoge ambitie uitgesproken: door de doorontwikkeling van Almere Centrum en de organisatie van de Floriade optimaal van elkaar te laten profiteren, zal Almere in 2024 in de top 5 van meest aantrekkelijke steden staan. Hiervoor zijn drie thema's benoemd (in spelen op megatrends als menselijke maat, ondernemende pioniers en frisse duurzaamheid) en een groot aantal ideeën voor (de pleinen en hofjes van) Almere Centrum en de Floriade verkend. Gewenst en noodzakelijk is echter om tot een nadere focus op strategie, marketing en resultaat te komen, zo vinden de partners van dit convenant.

De Loper versterkt Almere Centrum

Wat deze focus betreft, zetten de convenantpartners in samenwerking met de aanstaande Floriade-onderneming, in op het versterken en compleet maken van Almere Centrum. Voor het versterken dient het idee van De Loper: een driedimensionaal project waarbij in de openbare ruimte, op de gevels, in de etalages, winkels en (openbare) gebouwen en bij Floriade Centraal ervaren wordt hoe divers, aantrekkelijk, lekker en spannend 'verduurzamen' kan zijn. De gedachte is om te starten met het vergroenen en verduurzamen van gevels en terrassen op het Stationsplein en de opening van Floriade Centraal. Het Stationsplein kan hiermee het 'welkomstplein' van Almere Centrum worden. Floriade Centraal wordt het ontmoetings-, informatie- en belevingscentrum in de looproute van het centrum, waar de wisselwerking tussen Almere Centrum en de Floriade centraal staat, waar met wisselende exposities de 'making of' te volgen is en waar de convenantpartners en andere betrokken partijen (zoals: Stichting Jeugdfloriade, de aanstaande Floriade-onderneming en anderen) fysiek samen komen. De 'verduurzaming' die vanaf 2015 wordt ingezet, zet zich vervolgens door in uitingen aan de luifels, in de etalages en winkels, in de parkeergarages, in dat wat geserveerd wordt in de horeca, op de pleinen (met bijzondere aandacht voor het Stadhuisplein, Belfort en Grote Markt, maar ook de eerste groene openbare dakpleinen en mogelijkheden tot sportbeoefening midden in het centrum) en de openbare gebouwen (bibliotheek, stadhuis en schouwburg). Wat de schouwburg betreft, is het de moeite waard om te verkennen hoe dit prominente gebouw als het ware ook nog eens het middelpunt vormt van het toekomstige centrum (huidig centrum + Floriadeterrein + Floriadewijk) een van de bijzondere (tijdelijke) locaties van de Floriade wordt. En, indien mogelijk, valt rond 2018 het besluit om het huidige station zo te renoveren of zelfs te vernieuwen dat het het meest 'duurzame' station van Nederland straks in Almere staat.

De Loper laat Almere Centrum 'verFloriaden'. Dit houdt in dat de vier thema's van de Floriade – energizing, feeding, greening en healthy – op uiteenlopende manieren concreet, zichtbaar en beleefbaar gemaakt worden. De convenantpartners waken voor greenwashing en windowdressing. De vier thema's zullen op een geloofwaardige, zorgvuldige en hier en daar uiteraard ook ludieke en speelse manier worden geconcretiseerd, zichtbaar en beleefbaar worden gemaakt. Niet als gimmick of decor, maar nadrukkelijk als bijdrage aan het verduurzamen van Almere Centrum.

De ideeën die in dit convenant zijn opgenomen, vormen een illustratie bij De Loper. De convenantpartners zullen aan de hand van jaarplannen de uitwerking van De Loper vastleggen in afspraken, projecten en maatregelen die zowel een ruimtelijke effect hebben als bijdrage aan de profilering, marketing en het organiserend vermogen van Almere Centrum.



Weerwater en Floriadewijk maken Almere Centrum compleet

Voor het completeren van Almere zal het Weerwater – de nog niet uitgespeelde troefkaart van Almere Centrum – de uitstraling en betekenis krijgen die bijvoorbeeld het Binnenalster voor Hamburg heeft. Daarnaast zal Floriadewijk aan de zuidoever van het Weerwater ontwikkeld worden met functies die nu nog elders in Almere Centrum ontbreken; wonen, werken, onderwijs, (toegepaste) wetenschap, recreatie en horeca in een groene campussetting. Dankzij verbindingen (over land per brug en/of over het Weerwater) is men voor een biertje, filmpje, hapje of de winkels uiteraard zo aan de noordoever.

Om het Weerwater te activeren zal nader worden verkend welke activiteiten op het water georganiseerd kunnen worden. Het idee is bijvoorbeeld om, in samenwerking met onderwijsinstellingen en Haddock watersport, het 'schoolzeilen en -surfen' te introduceren voor leerlingen van basisscholen in Almere Stad. En waar anders dan op het Weerwater? Parallel aan het beter benutten van het Weerwater wordt het Rondje Weerwater gerealiseerd. Deze recreatieroute, zeker in de eerstkomende jaren, verbindt de noord- en zuidoever met elkaar en brengt zo het Weerwater letterlijk van alle kanten in beeld. Naast de aanleg van dit Rondje Weerwater is de programmering van belang en een gezamenlijke ambitie. Het idee is om rond 2017/2018 het eerste Waterspektakel van start te laten gaan: een evenement op het water dat zijn gelijke niet kent. In dat jaar zou, als onderdeel van het Waterspektakel ook de eerste waterverbinding tussen de oostelijke pier bij de Schouwburg en Floriadewijk van start kunnen gaan. Een waterverbinding dwars door het Waterspektakel, maar ook naar het 'grootste geheim van Almere'. Zoals in de Mousetrapp, de langst lopende toneelvoorstelling van Agatha Christie, de bezoekers nu meer dan 50 jaar al de ontknoping geheim weten te houden voor andere bezoekers, zo zal dit ook het geval zijn met wat men in 2018 ziet en ervaart in – of is het juist onder? – Floriadewijk. Tot slot denken de convenantpartners aan het realiseren van een tijdelijke 'spannende brug' in een directe lijn tussen Floriadeterrein en Almere Centrum gedurende het halfjaarlijkse evenement, maar misschien ook al in de voorafgaande jaren. Dit in samenwerking met het ministerie van Defensie en als onderdeel van de jaarlijks terugkerende landelijke Veiligheidsdag in Almere.

De ideeën die worden aangedragen om op en rond het Weerwater activiteiten te organiseren, moeten gezien worden als een illustratie. Er is, zoals ook bij De Loper, uiteraard volop ruimte voor alternatieve ideeën, zolang deze ervoor zorgen dat de troefkaart van Almere Centrum – het Weerwater – ten volle wordt uitgespeeld.

Marketing

Wat de focus in de marketing betreft, zullen de convenantpartners en de aanstaande Floriade-onderneming gezamenlijk de naam Floriade laden en uitdragen. Voor de eerstkomende jaren is het hierbij van groot belang dat deze marketing aansluit en voortbouwt op de lopende marketing van Almere Centrum. Succesvolle evenementen, maar ook nieuwe evenementen zoals de culturele zondagen zullen, evenals bijzondere gebeurtenissen rondom De Loper en het Weerwater slim betrokken worden in deze gemeenschappelijke marketing. Denk bijvoorbeeld aan de transformatie van het Stationsplein tot 'welkomstplein' of de eerste afzeildag op het Weerwater door 500 leerlingen van basisscholen.

Inzet van lokale krachten

Naast de focus op het 'verFloriaden' van Almere Centrum (De Loper), het compleet maken van Almere Centrum (door het Rondje Weerwater, het activeren van het Weerwater en de ontwikkeling van Floriadewijk) en het gezamenlijk profileren (marketing) zal de focus gericht zijn op het aanspreken en aanwenden van lokale krachten. Denk aan bewoners in Almere Centrum (maar mogelijk en hopelijk ook ver daarbuiten) die betrokken raken bij activiteiten. Denk aan leerlingen van de twee hogescholen die onderzoek doen en activiteiten ondersteunen. Denk aan de culturele instellingen die bijdragen aan het culturele programma van de Floriade en de jaren daar naar toe. En denk aan het lokale bedrijfsleven, waaronder de ondernemers in Almere Centrum, dat actief uitgenodigd wordt om te offeren voor opdrachten in het kader van Floriade en de activiteiten in de aanloop hier naar toe. Ook op deze manier kan de Floriade optimaal benutten van wat Almere Centrum aan lokale kracht te bieden heeft.

Resultaten

Wanneer is het versterken en completeren van Almere Centrum, in samenwerking met de aanstaande Floriade-onderneming, een succes? Deze vraag brandt Almeeders op de lippen. En terecht. De Loper, het

activeren van het Weerwater, de ontwikkeling van Floriadewijk, de organisatie van het evenement in 2022, de marketing en de evenementen vergen aanzienlijke investeringen. En dit alles speelt zich af in het hart van de stad, in Almere Centrum, de 'huiskamer' van alle Almeerders.

Het antwoord vraagt om duidelijkheid vooraf. Duidelijkheid over wat men van wie kan verwachten. En duidelijkheid over wanneer welk resultaat geboekt wordt. De convenantpartners zetten zich gezamenlijk in om de concurrentiepositie, aantrekkingskracht, belevingswaarde en het onderscheidend imago te versterken door in de aanloop van de Floriade de volgende resultaten te behalen:

- ✓ Naar een **compleet aanbod**. Dat wil zeggen: de huidige commerciële, culturele en maatschappelijke voorzieningen aan de noordoever blijven in aantal en variatie gelijk en breiden waar mogelijk zelfs uit. Op de zuidoever komen voorzieningen die additioneel voor het centrum zijn.
- ✓ Naar **meer bezoek en omzet**. Dat wil zeggen: de convenantpartners zetten zich – via marketing en het versterken van belevingswaarde, comfort en gastvrijheid – in om meer bezoekers naar Almere Centrum te trekken en de verblijfsduur te verlengen, deze bezoekers meer gebruik te laten maken van de voorzieningen en zo te zorgen voor een hogere omzet, zowel in de aanloop naar als tijdens de Floriade. Voor het genereren van meer bezoek en omzet richten de convenantpartners zich in het bijzonder op drie doelgroepen: de regio, een aandeel Almeerse online shoppers verleiden tot weer offline shopping in Almere Centrum en gasten uit binnen- en buitenland die komen voor de 'special events' in het kader van de aanloop naar de Floriade. Wetende dat reeds meer dan negentig procent van de Almeerders al soms tot vaak Almere Centrum bezoekt.
- ✓ Naar een **hogere woongenot**. Dat wil zeggen: de convenantpartners zorgen samen met de aanstaande Floriade-onderneming voor een levendige woonomgeving waar in de directe nabijheid van het wonen zeer veel te doen is, maar tegelijkertijd zorgen zij ervoor dat deze 'stedelijke reuring' zo georganiseerd wordt dat deze niet tot overlast (zoals geluidsoverlast, vuil, ongepast gedrag) leidt.
- ✓ Naar **meer werk**. Dat wil zeggen: door de extra activiteiten in de aanloop naar de Floriade meer betaald werk, maar ook gewaardeerd vrijwilligerswerk. De convenantpartners zetten zich ervoor in dat dit werk, zo veel als mogelijk, terecht komt bij bewoners en ondernemers vanuit Almere en de regio.
- ✓ Naar **aantrekkelijker voor jongeren**. Dat wil zeggen: naast de huidige commerciële en culturele voorzieningen en evenementen zorgen dat Almere Centrum voor studenten en jongeren een prettige omgeving is om te studeren, elkaar te ontmoeten en trots op te zijn.
- ✓ Naar **meer betrokkenheid**. Dat wil zeggen: de huidige goede samenwerking tussen de convenantpartners verder versterken (voorbeeldstellend voor welk centrum in Nederland dan ook) en waar mogelijk uitbreiden met bewoners, ondernemers en externen die zich actief willen inzetten in en voor Almere Centrum.
- ✓ Naar een **beter bereikbaarheid**. Dat wil zeggen: zorgen voor een auto- en ov-bereikbaarheid van Almere Centrum die past bij een compleet centrum voor straks de vijfde stad van Nederland en de verwachte komst van 2 – 3 miljoen Floriadebezoekers en een perfecte bewegwijzering en routing (vanuit de omgeving, maar zeker naar bronpunten als station en parkeergarages).
- ✓ Naar een **hogere belevingswaarde**. Dat wil zeggen: beheer en onderhoud van de openbare ruimte die in de pas lopen met het 'ritme van de stad' (ofwel: op piekmomenten en –plekken extra beheer en onderhoud). Maar ook een alom aanwezig 'welkom-gevoel' en gastvrijheid die uitnodigen om graag en snel weer naar Almere te gaan. En een gezellige reuring en special events in het kader van De Loper en het Weerwater die Almere Centrum de (om)reis waard maken. Ofwel: van locatie naar bestemming én bijzondere beleving.
- ✓ Naar een **hogere waardering**. Dat wil zeggen: een grotere bekendheid met de veelzijdigheid van Almere Centrum, een imago dat aansluit bij wat Almere Centrum is, meer en positieve media-aandacht in binnen- en buitenland. Maar ook meer 'eigenaarschap' en trots op Almere Centrum in de stad zelf, een (eerste aanzet tot) waardeontwikkeling van het vastgoed in Almere Centrum en rondom het Weerwater (woningen en voorzieningen).

Deel III | Afspraken over inzet en organisatie

In deel I hebben de convenantpartners de doorontwikkeling van Almere Centrum en de organisatie van de Floriade als natuurlijke bondgenoten omschreven. Met als sleutelbegrip: wederkerigheid. In deel II is dit vertaald naar twee meervoudige projecten (De Loper en Weerwater), de noodzaak tot een gemeenschappelijke marketing, het inzetten van de lokale kracht en het boeken van concrete resultaten. Met als sleutelbegrip:

focus. In deel III vertalen de convenantpartners dit naar afspraken over inzet en organisatie, jaarlijks concreet en bindend te maken in een Werkplan Floriade Almere Centrum. Met als sleutelbegrip: toegevoegde waarde. De convenantpartners spreken het volgende af:

Samenwerking en wisselwerking

- a. De convenantpartners intensiveren in de Redactieraad (bestaande uit: Almere City Marketing, Corio Nederland, Directieoverleg Culturele Instellingen in Almere, Gemeente Almere, Ondernemersvereniging Stadscentrum Almere, Unibail-Rodamco en Windesheim) de samenwerking, zodat zij nog beter op elkaar ingespeeld raken en op een plezierige maar ook professionele wijze leiding kunnen geven aan bijvoorbeeld De Loper, het activeren van het Weerwater, de marketing, het aanspreken en aanwenden van lokale kracht alsmede de organisatie van (culturele) evenementen. Daarnaast zorgen zij op deze manier ervoor dat zij op een evenwichtige manier de belangen van betrokken partijen zoals ondernemers, bewoners, eigenaren en bezoekers behartigen.
- b. Een aantal keren per jaar zal een netwerkbijeenkomst worden belegd tussen de Redactieraad, overige convenantpartners die niet in de Redactieraad zitting hebben en mogelijk nog anderen. Doel is om te zorgen voor een goede uitwisseling van informatie, bundeling van krachten en voortgangsbewaking van dit convenant en de jaarlijks door het Redactieraad vast te stellen werkplannen (zie afspraak j.).
- c. De gemeente Almere zorgt dat de ruimtelijke, programmatische en organisatorische wisselwerking tussen de Floriade en Almere Centrum zal worden geborgd in de aanstaande Floriade-onderneming. De ruimtelijke wisselwerking richt zich op het versterken en compleet maken van Almere Centrum, zoals omschreven in dit convenant. De programmatische wisselwerking richt zich op het realiseren van aanvullende voorzieningen in het huidige centrum, rond het Weerwater en op het toekomstige Floriadeterrein (commercieel, maatschappelijk en cultureel), waarbij op dit terrein voorzieningen komen die in principe aanvullend zijn op de huidige voorzieningen in het centrum. De organisatorische wisselwerking houdt in dat de aanstaande Floriade-onderneming en de partners van Almere Centrum zoals nu verenigd in de Redactieraad op de hoogte zijn van elkaars activiteiten en investeringen, elkaar hierin versterken en bij mogelijk conflict de belangen betrokken partijen zoals bewoners, ondernemers en eigenaren in Almere Centrum serieus nemen.
- d. De convenantpartners zijn op een nader te bepalen manier verbonden aan cq. participeren in de Floriade-onderneming met als doel om enerzijds de uitwerking, uitvoering en zo nodig herijking van de activiteiten uit dit convenant te borgen en anderzijds te zorgen dat de marketing van Almere Centrum, City Marketing Almere en de Floriade gemeenschappelijk georganiseerd en uitgedragen worden. Indien gewenst is denkbaar dat een vertegenwoordiging van de aanstaande Floriade-onderneming zal deelnemen aan de Redactieraad.
- e. De convenantpartners verkennen hoe andere vormen van participatie in de aanstaande Floriade-onderneming wenselijk zijn, zoals een aandeelhouderschap namens de convenantpartners en/of individuele partijen. Indien wenselijk en mogelijk zal de nadere uitwerking dienaangaande samen met de Floriade-onderneming plaatsvinden.
- f. De convenantpartners zetten zich actief in om, in eerste instantie, ondernemers en bewoners uit Almere Centrum (en de direct omliggende gebieden) – en zo ook hun achterbannen – te betrekken bij de ontwikkeling en feitelijke organisatie van activiteiten uit dit convenant. Het gaat hierbij om betaald werk, vrijwilligerswerk, stages/leerlingwerkplaatsen, maar daarnaast vooral om een omgeving waarin Almeeders uitgedaagd worden het beste van zichzelf te laten zien (passend bij de thema's van de Floriade en activiteiten in de aanloop hiernaar).
- g. De convenantpartners zetten zich in om in nader overleg met de aanstaande Floriade-onderneming de naam en de toepassingsmogelijkheden van het 'merk Floriade' te kunnen gebruiken. Dit versterkt de eenduidigheid naar buiten.
- h. De convenantpartners zetten in op een Floriade die plaats vindt in het complete Almere Centrum. Ofwel: Het hoofdpodium op het Floriadeterrein op de zuidoever (Floriadewijk) en daarnaast verwante, gelieerde exposities en evenementen op en rond het Weerwater én in het huidige centrum op de noordoever. Hierbij is het doel om aanvullende programmering te ontwikkelen, waardoor bezoekers tijdens de wereldtuinbouwtentoonstelling gestimuleerd worden om ook naar bijvoorbeeld de noordoever te komen en hier te verblijven. En ook vice versa, bezoekers van Almere Centrum gestimuleerd worden om de Floriade te bezoeken.
- i. De convenantpartners spreken af ieders beschikbare budgetten voor (city)marketing, beheer, onderhoud en verduurzaming van de openbare ruimte en gebouwen en mogelijk nog andere elkaar versterkende budgetten zo veel als mogelijk te combineren en in te zetten voor De Loper, het Weerwater, evenementen, het betrekken van bewoners en ondernemers en de marketing. In een jaarlijks op te stellen Werkplan Floriade Almere Centrum wordt dit geconcretiseerd.

Activiteiten

- j. De convenantpartners stellen jaarlijks een Werkplan Floriade Almere Centrum op met hierin activiteiten in lijn met de focus zoals omschreven in deel II, i.c. De Loper, Weerwater/Floriadewijk, marketing en inzet van lokale (ondernemers)kracht. Deze activiteiten worden zo omschreven in het werkplan dat duidelijk is wat van elke convenantpartner qua capaciteit, kennis, netwerken en budget wordt verwacht, wanneer een resultaat geboekt moet zijn, wat dit resultaat moet zijn en hoe een actieve betrokkenheid van (eigenaar-) bewoners, het lokale bedrijfsleven en andere belanghebbenden en belangstellenden wordt georganiseerd. De resultaten van de activiteiten moeten bijdragen aan de resultaatinspanningen zoals omschreven in deel II en nader geconcretiseerd in een monitor zoals voorgesteld onder afspraak p. Het werkplan wordt jaarlijks vastgesteld door de convenantpartners in het Redactieraad en desgewenst de Stuurgroep Almere Centrum (bestaande uit bestuurders van: Almere City Marketing, Corio Nederland, Directieoverleg Culturele Instellingen in Almere, Gemeente Almere, Ondernemersvereniging Stadscentrum Almere, Unibail-Rodamco en Windesheim).
- k. De Gemeente Almere, CAH Vilentum en Windesheim Flevoland verkennen de haalbaarheid van doorontwikkeling van de hogeschoolactiviteiten aan de noordoever in Almere Centrum, in combinatie met een programmatisch aanvullend groen campuscluster op het toekomstige Floriadeterrein op de zuidoever (Floriadewijk) op middellange termijn.
- l. De convenantpartners combineren de publieksaantrekkelijke activiteiten (bijvoorbeeld van De Loper en het Weerwater) met lopende en nieuwe evenementen, waarbij de samenwerking met de culturele instellingen, hogescholen, ondernemers en recreatieve instellingen geïntensiveerd zal worden. Deze afstemming vindt plaats in de Promotiecommissie en het Redactieraad.
- m. Beide hogescholen, CAH Vilentum en Windesheim Flevoland, zullen in hun onderwijsprogramma bijzondere aandacht besteden aan de wisselwerking tussen Floriade en Almere Centrum, zijn bereid onderzoek in dit verband te verrichten voor de overige convenantpartners en zullen zich inzetten om bij de publieksaantrekkelijke activiteiten hun leerlingen en docenten actief te betrekken.
- n. De convenantpartners die eigenaar van vastgoed in Almere Centrum zijn, i.c. Corio Nederland, Gemeente Almere en Unibail-Rodamco, zetten zich in om samen met hun huurders het vastgoed en de buitenruimte te verduurzamen.
- o. De Gemeente Almere en Directieoverleg Culturele Instellingen in Almere verkennen de mogelijkheid, samen met de aanstaande Floriade-onderneming, of en hoe de centrale positie van de schouwburg benut kan worden als bijzondere (tijdelijke) locatie van de Floriade.

Resultaten

- p. De convenantpartners constateren dat zij uiteenlopende onderzoeken verrichten om de situatie van Almere Centrum te monitoren en zullen deze – in tijd en onderwerpen – zo afstemmen en/of combineren dat de beoogde effecten uit dit convenant geregeld gemonitord worden, hierover actief gecommuniceerd wordt en zo nodig maatregelen worden geïntensiveerd om deze te bereiken. Op basis van de afgestemde en/of gecombineerde onderzoeken formuleren de convenantpartners een gezamenlijk gedragen 'nulsituatie' op de aspecten aanbod, bezoek, omzet, woongenot, werkgelegenheid, betrokkenheid, bereikbaarheid, beleving en waardering (peildatum 2014/2015) en effecten die in 2018, 2022 en 2025 nagestreefd worden. De bereikte effecten zullen (tussentijds) worden gemonitord en vastgelegd.
- q. De convenantpartners hechten grote waarde aan een open en continue dialoog over de wisselwerking tussen de doorontwikkeling van Almere Centrum en de organisatie van de Floriade. Zij werken, samen met vertegenwoordigers uit de samenleving van Almere, een manier uit hoe deze open en continue dialoog de eerstkomende jaren gevoerd kan worden.
- r. De convenantpartners onderkennen dat voor het verwezenlijken van enkele ideeën uit dit convenant commitment en investeringen van partijen buiten dit convenant van belang zijn. De gemeente Almere onderhoudt in ander verband contact met deze partijen en zal zich ervoor inzetten om deze partijen te betrekken bij de realisatie van ideeën en acties die in de jaarlijkse jaarplannen worden geoperationaliseerd.

Tijdelijk voorbehoud

- s. In enkele afspraken van onderhavig convenant (i.c. onderdelen c, d, e, g, o en q) wordt verwezen naar de Floriade-onderneming. De instelling en taakstelling van deze Floriade-onderneming maakt onderdeel uit van besluitvorming over het Masterplan Floriade, voorzien in een collegebesluit eind april 2015, waarna raadsbehandeling kan plaatsvinden. Na positieve besluitvorming door de raad kunnen de afspraken waarin een rol is weggelegd voor de Floriade-onderneming worden geëffectueerd (dus onder voorbehoud goedkeuring raad).

Almere, 30 maart 2015,

.....
namens **Almere City Marketing**

.....
namens **Ondernemers Vereniging
Stadscentrum Almere**

.....
namens **CAH Vilentum**

.....
namens **Platform Almere Centrum**

.....
namens **Corio Nederland**

.....
namens **Unibail Rodamco**

.....
namens **Directieoverleg
Culturele Instellingen in Almere**

.....
namens **Windesheim Flevoland**

.....
namens **Gemeente Almere**

Almere Centrum op weg naar de Floriade,
de Floriade op weg naar Almere Centrum

Convenant | 30 maart 2015