

Vergaderjaar 2014–2015

**34 000 XIII**

## **Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Economische Zaken (XIII) en het Diergezondheidsfonds (F) voor het jaar 2015**

**Nr. 129**

### **GEWIJZIGD AMENDEMENT VAN HET LID GESTHUIZEN TER VERVANGING VAN DAT GEDRUKT ONDER NR. 16**

Ontvangen 27 november 2014

De ondergetekende stelt het volgende amendement voor:

De begrotingsstaat wordt als volgt gewijzigd:

I

In **artikel 11 Goed functionerende economie en markten** worden het verplichtingenbedrag en het uitgavenbedrag verlaagd met **€ 300** (x € 1.000).

II

In **artikel 13 Een excellent ondernemingsklimaat** worden het verplichtingenbedrag en het uitgavenbedrag **verhoogd** met **€ 300** (x € 1.000).

#### **Toelichting**

Via dit amendement wordt het voor TenderNed (artikel 11) begrote bedrag verlaagd met € 300 duizend ter dekking van een bedrag voor het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (artikel 13).

Toerisme is een groeimarkt en een van de weinige sectoren die groei laat zien tijdens de crisis, dat laten cijfers van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) dit jaar zien. Met een additionele investering kunnen we in 2025 de 16 miljoen bezoekers naar Nederland halen en daarmee zorgen voor een stijging van ruim 30% van de werkgelegenheid in de sector en ruim 60% meer bestedingen. Zonder additionele publieke middelen kan het potentieel niet volledig worden verzilverd en loopt ons land jaarlijks zo'n 750.000 gasten, € 600 miljoen aan bestedingen en bijna 4.000 banen mis.

Om Nederland als land op de kaart te zetten en te houden is gezamenlijke inspanning nodig. Een individuele museumdirecteur of een hotelier kan dat niet alleen. Toeristen kiezen vaak eerst voor het land en dan pas voor de bezienswaardigheden. Het promoten van het land Nederland doet het NBTC.

De strategie van het NBTC, Holland Branding & Marketing Strategie (HBMS), beoogt duurzame en intelligente groei door naast de populaire plekken ook minder bekende regio's en bezienswaardigheden nadrukkelijker onder de aandacht te brengen van de toerist. Op die manier worden huidige hotspots (zoals Amsterdam) ontlast en houden we ons land leefbaar voor bewoners, geliefd bij bezoekers en winstgevend voor ondernemers door betere capaciteitsbenutting door het land heen.

De beschikbare 300 duizend euro zal worden aangewend in het kader van HBMS. Daarmee wordt een eerste, belangrijk signaal afgegeven m.b.t. de rijksbijdrage 2016 t/m 2019. Een aantal concrete activiteiten zijn:

- Kunst- en cultuur: met additioneel budget kunnen we in 2015 de campagne KunstHolland uitbreiden naar andere landen. Onlangs is dit project in Duitsland gestart. In vervolg hierop wil de NBTC deze campagne graag uitbreiden naar andere landen zoals Frankrijk en UK. Daarnaast het NBTC in Duitsland specifiek inzetten op het regionale culturele aanbod. Zo kunnen we zorgen voor enerzijds hogere bestedingen en anderzijds meer bezoekers in de regio.

- Culinair: ons land heeft te kampen met een zwak imago op culinair gebied. Onterecht, aangezien ons land voldoende in huis heeft om een onderscheidende culinaire beleving te kunnen bieden aan toeristen. Om de beter bestedende bezoeker aan te kunnen trekken investeert het NBTC in het culinaire imago van Nederland. Met additioneel budget kunnen de regio's samen met het NBTC met hun eigen culinaire specialiteit en streekproducten extra bezoekers aantrekken.

- Tot slot biedt een additionele investering in het NBTC de mogelijkheid de potentie van nieuwe markten te onderzoeken waaronder Mexico, Turkije en Zuid-Korea. Landen met een aanhoudende economische vooruitgang, waar consumenten steeds meer te besteden hebben en het uitgaande toerisme een enorme procentuele groei doormaakt.

De dekking wordt gevonden door het bedrag voor TenderNed te verlagen. Het bedrag van € 6,857 mln voor PIANOo/TenderNed is buitengewoon hoog aangezien slechts een wettelijke verplichting tot het publiceren van alle aanbestedingen en het bijhouden van statistieken bestaat. Marktpartijen geven aan die taak voor € 500.000 te kunnen realiseren. TenderNed investeert ook in niet-wettelijke taken zoals onder andere het bouwen en ontwikkelen van systemen voor inschrijfmodules en onderhands aanbesteden, waarmee TenderNed met algemene middelen een ongelijk speelveld creëert.

Gesthuizen