



**Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling Expo 2010 in Shanghai (VRC)
- eindrapportage -**



foto: Peter Cox

Inhoudsopgave

Inleiding
Samenvatting

Deel A: projectevaluatie

- A1. Positionering
- A2. Doelstellingen
- A3. Resultaten
- A4. Projectinrichting
- A5. Projectfasering
- A6. Financiën

Deel B: toelichting op projectfases

B1. Initiatiefase

- B1.1 Initiatiefrapport
- B1.2 Opdrachtverlening

B2. Voorbereidingsfase

- B2.1 Paviljoenconcept en Atelier Rijksbouwmeester
- B2.2 Architectenovereenkomst Happy Street BV

B3. Uitwerkingsfase

- B3.1 Uitwerking Happy Street concept
- B3.2 Patentkwestie
- B3.3 Publiekspresentaties in het paviljoen
- B3.4 Ontwerp interieur VIP Lounge
- B3.5 Communicatieplan en PR-evenementen
- B3.6 Veiligheidsplan

B4. Productiefase

- B4.1 Selectie Chinese aannemer
- B4.2 Selectie interieurbouwer
- B4.3 EU aanbesteding venue management
- B4.4 EU aanbesteding catering
- B4.5 Selectie stagiaires
- B4.6 Acquisitie sponsors
- B4.7 Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)

B5. Openstellingsfase

- B5.1 Opening paviljoen door MP Balkenende
- B5.2 National Dag
- B5.3 Nederlands aandeel EU Dag
- B5.4 Evenementen stakeholders en sponsors in VIP Lounge
- B5.5 Inzet stagiaires
- B5.6 Bezoekers
- B5.7 Operatie en onderhoud van het paviljoen
- B5.8 Media
- B5.9 Samenwerking Paviljoen Rotterdam en Dutch Culture Centre

B6. Nazorg-/evaluatiefase

- B6.1 Ontmanteling paviljoen
- B6.2 Openbare veilingen roerende en onroerende zaken
- B6.3 Conclusies

Deel C: financiële verantwoording

INLEIDING

Op 7 juli 2006 ondertekenden NL EVD Internationaal (opdrachtnemer) en het voormalige Ministerie van Economische Zaken (opdrachtgever) het 'Initiatiefrapport Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling Expo 2010 Shanghai (VRC)'.

NL EVD Internationaal is een divisie van Agentschap NL, de uitvoeringsorganisatie van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. Binnen NL EVD Internationaal heeft de unit Wereldtentoonstellingen het project 'Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling Expo 2010 Shanghai (VRC)' uitgevoerd volgens de opzet van het ondertekende initiatiefrapport.

Deel A van deze eindrapportage schetst een projectevaluatie waarbij beknopt wordt ingegaan op positionering, doelstellingen, resultaten, projectinrichting, projectfasering en de financiën.

Deel B van de eindrapportage geeft vervolgens een toelichting op de verschillende projectfasen.

In deel C is het eindresultaat financiën opgenomen.



SAMENVATTING

'De Nederlandse deelname aan de World Expo 2010 in Shanghai bood ons land de unieke kans om de bekendheid van het Chinese bedrijfsleven en de Chinese bevolking met Nederlandse culturele, zakelijke en technologische successen en innovaties te vergroten en daardoor de basis voor economische en zakelijke samenwerking tussen het Nederlandse en het Chinese bedrijfsleven te versterken en het toerisme vanuit China te bevorderen.'

Op 31 oktober 2010 is de World Expo 2010 in Shanghai afgesloten. Het evenement trok in een half jaar ruim zeventig miljoen bezoekers. Bijna 8,5 miljoen mensen, meer dan tien procent van het totaal aantal bezoekers, bezochten het Nederlandse paviljoen Happy Street.

Nederland koos tijdens de World Expo 2010 voor duurzaamheid en innovatie. "De inzending liet daarmee China en de rest van de wereld zien dat Nederland een aantrekkelijk en toekomstgericht land is om zaken mee te doen en als toeristische bestemming," aldus staatssecretaris Bleker (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie). Nederland is de tweede Europese handelspartner voor China. De export naar China is de afgelopen tien jaar enorm gegroeid tot bijna vier miljard euro per jaar. Het aantal investeringen uit China in Nederland neemt sterk toe. Begin 2011 waren er een kleine 300 Chinese bedrijven in Nederland, tezamen goed voor bijna 6 duizend arbeidsplaatsen.



Handelsstraat

Happy Street, een ontwerp van architect John Körmeling, was als een stad die ontstaat langs een handelsstraat. Bezoekers konden via deze route meer te weten komen over hoe Nederland omgaat met de economische en duurzame uitdagingen van de 21ste eeuw. In de 28 huisjes die aan het paviljoen vastzaten, werden Nederlandse innovatie, groene technologie en creativiteit getoond. Populair waren de designschappen en het polderlandschap onder het paviljoen.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)

MVO is een belangrijk uitgangspunt geweest in alle fasen van het project. Het is opgenomen als randvoorwaarde in de contracten met aannemers en toeleveranciers van alle goederen en diensten en het heeft veel aandacht gekregen in het contract met de bouwaannemer van het paviljoen.



Zakelijk

Het Nederlandse paviljoen is gebouwd met de steun van verschillende private partners en publieke sponsors. Tijdens de Expo werd De Kroon, de VIP-ruimte van het paviljoen, meer dan honderd keer gebruikt voor zakelijke bijeenkomsten. Daarbij stonden onder meer biotechnologie, transport, agribusiness en water centraal. Een grote meerderheid van de aanwezigen was afkomstig uit China.

De eerste resultaten laten zien dat tijdens deze bijeenkomsten verschillende overeenkomsten voor samenwerking zijn getekend, bijvoorbeeld op het gebied van life sciences en gaming. Veel bedrijven hebben de bijeenkomsten gebruikt voor het leggen van contacten en het verstevigen van bestaande relaties, die mogelijk op langere termijn resulteren in contracten.

- bij de vele kinderen die Happy Street bezochten was het huisje van Nijntje het populairst
- sponsor TNT organiseerde de TNT Family Days, met een Hollands karakter, op en onder het paviljoen voor TNT-medewerkers uit heel China en hun belangrijkste relaties
- op geluksdatum 10-10-10 organiseerde de Bank of Beijing in samenwerking met sponsor ING trouwceremonieën in De Kroon voor tien Chinese bruidsparen, die door de Nederlandse Consul Generaal in Shanghai werden voltrokken
- parallel aan het WK voetbal 2010 werd de Expo Cup georganiseerd, die door Nederland werd gewonnen
- vanaf het begin van de Expo bleek het polderlandschap met de kunstof schapen onder het paviljoen ongekend populair en werd in veel persuitingen genoemd als een 'must-see'
- koppeling van Nederlandse en Chinese 'stage buddies' heeft tot prettige samenwerking en goede vriendschappen geleid
- via de internetmedia in China heeft het Chinese publiek ongeveer 78 miljard keer geklikt op nieuws over Nederland op de Expo 2010
- onder de prominente bezoekers aan Happy Street waren ZKH Prins Willem Alexander en HKH Prinses Máxima, HKH Prinses Margriet, voormalig MP Balkenende, voormalig Minister van Economische Zaken Van der Hoeven, Amerikaanse actrice Liv Tyler, bedenker van het cradle-to-cradle concept professor Michael Braungart, zoon van wijlen Chinees staatsman Deng Xiaoping de heer Deng Pu Fang en Groothertog Guillaume van Luxemburg, de Chinese Ambassadeur in Nederland de heer Zhang Jun, Ruud Lubbers, Prins Maurits en Prins Pieter-Christiaan



DEEL A: PROJECTEVALUATIE

A1. Positionering

Nederlandse inzending voor de World Expo 2010

Happy Street was de Nederlandse inzending voor de World Expo 2010 die van 1 mei tot en met 31 oktober plaatsvond in Shanghai, China. Het thema van de World Expo was 'Better City, Better Life'. Naast Happy Street omvatte de Nederlandse inbreng voor de World Expo in Shanghai tevens het Waterpaviljoen van de gemeente Rotterdam en het Dutch Cultural Centre in het Jing'An-district in Shanghai.

Happy Street

Happy Street is een ontwerp van architect John Körmeling. In Happy Street heeft Körmeling in aansluiting op het thema van de World Expo 'Better City, Better Life' zijn visie uitgewerkt op een ideale stad die op organische wijze ontstaat langs een handelsroute; een gebied waarin alle facetten van het leven naast elkaar aan bod komen.

Happy Street is een complete straat in de vorm van het cijfer acht, het Chinese geluksgetal. Langs de straat staan achtentwintig huisjes die als levensgrote kijkdozen bezoekers lieten zien wat Nederland te bieden heeft op het gebied van technologische innovatie, stedelijke ontwikkeling & architectuur, duurzaamheid & milieu, maatschappelijk verantwoord ondernemen en cultuur & creativiteit.

De huisjes waren gebouwd in verschillende bouwstijlen die samen de Nederlandse architectuurtraditie vertegenwoordigen. In antwoord op de vraag van de tentoonstellingsorganisatie hoe een leefbare stad er in de 21ste eeuw uit moet zien, toonde Happy Street hoe inventief en creatief Nederland omgaat met ruimte, energie, water, kunst en cultuur.

Happy Street bood Nederlandse en buitenlandse publieke en private organisaties uiteenlopende mogelijkheden om als partner dan wel als sponsor te participeren en zo hun zichtbaarheid bij hun Chinese doelgroepen te vergroten. Happy Street omvatte bovendien een opvallend ingerichte VIP-lounge die door organisaties kon worden gebruikt voor het ontvangen van relaties en gasten, het geven van diners en het organiseren van bijeenkomsten en seminars.

Doelgroepen

Met Happy Street richtte de Nederlandse overheid zich primair op de verwachte 70 miljoen particuliere en zakelijke bezoekers van de World Expo en streefde ernaar tussen de 5 en 10 procent daarvan in Happy Street te verwelkomen. De PR-campagnes richtte zich op de andere belangrijke doelgroepen zijnde het brede publiek in China, incl. degenen die de World Expo niet bezoeken, en daarbinnen met name de sterk in opkomst zijnde stedelijke middenklasse, het Chinese bedrijfsleven, Chinese overheidsorganisaties en internationale media.

A2. Doelstellingen

Hoofddoelstelling van de Nederlandse inzending aan de Expo 2010 was het leveren van een bijzondere, spectaculaire en hoog kwalitatieve inzending, die relevant, onderscheidend en opvallend was en op eigen wijze invulling gaf aan het gekozen thema.

Overige doelstellingen:

- het binnenhalen van 5 tot 10% van het totaal van de 70 miljoen verwachte bezoekers
- het leveren van een positieve bijdrage aan het Holland imago
- positie in de top 10 van meest gewaardeerde paviljoens (van 246 andere Expo deelnemers)
- het leveren van een bijdrage aan een verdere verbetering van de relatie Nederland/China op het terrein van cultuur, toerisme en handels- en investeringsbetrekkingen

A3. Resultaten

- 8,3 miljoen bezoekers op Happy Street, 11,3% van het totaal van 73,5 miljoen Expo bezoekers
- waardering en tevredenheid (op basis van exit interviews) van de bezoekers voor:
 - het polderlandschap als rustplek en oase in de hectiek
 - het zonder lange wachtrijen kunnen betreden van het paviljoen
 - de objecten in het paviljoen ten opzichte van virtuele impressies
- ruim 2,5 miljoen bezoekers van de virtuele Happy Street op de Expo Online website
- maximaal communicatierendement via optimalisatie met zeer bescheiden financiële middelen
- top 10 notering van meest gewaardeerde Expo 2010 paviljoens, na China en Frankrijk stond Nederland met 8,3 miljoen bezoekers op een gedeelde derde plek met de paviljoens van Australië en Indonesië
- bijdrage aan versteviging en vernieuwing van zakelijke relaties met ca. 7.000 Chinese bezoekers aan evenementen in de VIP Lounge, alsook aan het sluiten van concrete zakelijke overeenkomsten, samenwerkingsafspraken en 'Memorandums of Understanding'
- Dutch Design Award 2010 voor John Körmeling, voor zijn ontwerp van Happy Street
- diverse spin-offs voor Nederlandse partijen die betrokken waren bij deelprojecten van de Nederlandse deelname aan Expo 2010
- China Business News (CBN) Marketing Award voor beste marketing door landendeelnemer aan de Expo 2010
- Expo bood publieke en private partners de mogelijkheid om nevenactiviteiten in China te ondernemen zoals bedrijfsbezoeken en het aanhalen van banden met zustersteden



A4. Projectinrichting

In het initiatiefrapport d.d. 7 juli 2006 is de projectinrichting beschreven, met als doel om het samenspel binnen het projectteam alsook tussen het team, de betrokken organisaties en de opdrachtgever zo optimaal mogelijk vorm te geven.

Opdrachtgever

Het Kabinet heeft de uitvoering van de Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling Expo 2010 Shanghai op politiek niveau in handen gelegd van de voormalig staatssecretaris van Economische Zaken. Deze werd op ambtelijk niveau vertegenwoordigd door het directoraat-generaal Buitenlandse Economische Betrekkingen.

De opdrachtgever heeft zich inhoudelijk laten adviseren door de Regiegroep. In de Regiegroep waren naast het Ministerie van Economische zaken de hoofdcontribuanten verenigd die de Nederlandse bijdrage aan de Wereldtentoonstelling Expo 2010 mede mogelijk hebben gemaakt:

- Ministeries van Buitenlandse Zaken, Landbouw Natuur en Voedselkwaliteit, OC&W, VROM en V&W
- Provincies Zuid-Holland, Noord-Holland, Utrecht en Flevoland
- Steden Den Haag, Rotterdam, Amsterdam en Utrecht
- het Holland Business Promotion Office (HBPO)

Opdrachtnemer

NL EVD Internationaal was opdrachtnemer van de uitvoering van de Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling Expo 2010 Shanghai.

Projectrealisatieteam

Het project is uitgevoerd door een realisatieteam van NL EVD Internationaal. Anders dan in het initiatiefrapport is vastgelegd, zijn zowel projectkantoren ingericht in Nederland als in Shanghai. Al snel is het zwaartepunt van de operatie overgebracht naar Shanghai, waar de Nederlandse organisatie als een van de eerste Expo-deelnemers ter plaatse kantoor hield, in beginsel in nauwe samenwerking met het Nederlandse Consulaat-Generaal in Shanghai en niet veel later geheel zelfstandig onder een eigen entiteit 'The Netherlands Section of Expo 2010'. De snelle start was mogelijk omdat de publieke financiering in een vroeg stadium was vastgelegd en het project niet afhankelijk werd gesteld van private sponsoring.

Deze lokale aanwezigheid heeft verschillende voordelen gehad:

- de projectorganisatie heeft vanaf een vroeg stadium goede relaties met de Expo-autoriteiten kunnen opbouwen
- de projectorganisatie heeft de mogelijkheid gekregen zelf een gunstig bouwplot voor het paviljoen te kiezen
- veel van de benodigde vergunningen werden als eerste aan Nederland afgegeven
- lokale aanwezigheid heeft, niet in de laatste plaats, de publiciteit voorafgaand aan het project een enorme *boost* gegeven, doordat Nederland in de gelegenheid was aan verzoeken voor deelname aan de publiciteitscampagnes van de Expo organisatie gehoor te geven

A5. Projectfasering

Het project kende zes verschillende fasen:

1. Initiatieffase (ideevorming)
2. Voorbereidingsfase (tentoonstellingsconcept)
3. Uitwerkingsfase (productie gegevens)
4. Productiefase (bouwen tentoonstelling)
5. Openstellingfase (bezoekers ontvangen)
6. Nazorg-/evaluatiefase (afroeden project)

De afzonderlijke fasen zijn toegelicht in Deel B van dit verslag.

A6. Financiën

Realisatie en exploitatie van de totale participatie

Als opdracht gold de bouw, inrichting, exploitatie en projectorganisatie van het paviljoen van de Nederlandse deelname aan de Expo te realiseren binnen het budget van 20 miljoen euro. Dit bedrag bestaat uit 15 miljoen euro publiek geld, betaald door de Nederlandse overheden (Regiegroep), en 5 miljoen euro, volgens de opdracht afkomstig uit financiering door de particuliere sector, met garantstelling door de ministeries van Economische Zaken en Buitenlandse Zaken. Het is niet gelukt deze sponsorgelden bij elkaar te brengen aangezien de particuliere sector van mening was dat het institutioneel deelnemen aan werelddtentoonstellingen voor rekening dient te blijven van de publieke sector. Bovendien speelde de ook economische crisis nog een belemmerende rol hierin. Wel hebben veel bedrijven in natura bijgedragen aan de realisatie van het paviljoen.

De uitgangspunten:

- het totale project werd gebudgetteerd op basis van deze 20 miljoen euro
- in de begroting werd rekening gehouden met een post van 4% voor prijsstijgingen en een post van 10% onvoorzien
- de financiële administratie en het beheerssysteem zijn ingericht conform EZ-richtlijnen, daartoe werd advies ingewonnen bij de accountantsdienst van EZ
- binnen Agentschap NL geldende procedures en voorwaarden voor inkopen en (Europees) aanbesteden waren van toepassing

Begroting

Voor iedere projectfase is door het projectmanagement tijdig via de bestaande en gebruikelijke procedures een offerte ingediend bij de opdrachtgever, waarna vervolgens opdracht werd ontvangen voor de desbetreffende fase. Op deze manier werden alle te verwachten kosten per fase zichtbaar gemaakt, wat de financiële transparantie met betrekking tot het totale project ten goede is gekomen.

DEEL B: TOELICHTING OP PROJECTFASES

- B1. Initiatieffase (ideevorming)
- B2. Voorbereidingsfase (tentoonstellingsconcept)
- B3. Uitwerkingsfase (productie gegevens)
- B4. Productiefase (bouwen tentoonstelling)
- B5. Openstellingfase (bezoekers ontvangen)
- B6. Nazorg-/evaluatiefase (afronden project)

B1. Initiatieffase

B1.1 Initiatiefrapport

Het initiatiefrapport ligt aan de basis van het gehele project van de deelname van Nederland aan de Wereldtentoonstelling Expo 2010 en is beschouwd als de *Terms of Reference*.

B1.2 Opdrachtverlening

De opdracht aan NL EVD Internationaal omvatte het ontwerp en de bouw van het paviljoen, de bouwkundige en technische inrichting, het vervaardigen van de publiekstentoonstelling, plaatsing van de tentoonstelling, exploitatie en management, en na afloop de ontmanteling en het afvoeren of verplaatsen van het Nederlandse paviljoen op de Wereldtentoonstelling Expo 2010 te Shanghai. Voor de opdracht was een maximaal budget beschikbaar van 20 miljoen euro.

B2. Voorbereidingsfase

B2.1 Paviljoenconcept en Atelier Rijksbouwmeester

Voor de keuze van het concept voor de Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling is het Atelier Rijksbouwmeester ingeschakeld. Het Atelier heeft de verantwoordelijkheid gedragen voor de openbare inschrijving, het voorleggen van de selectie van beste inzendingen en het maken van de uiteindelijke definitieve keuze, samen met een vakjury.



Architect John Körmeling heeft met zijn eigenzinnige, ruimtelijke en originele ontwerp voor Happy Street de kans gekregen dit verder uit te werken en te realiseren voor de Wereldtentoonstelling. De architect en zijn bouwkundig ingenieur hebben voor de uitwerking en realisatie van het paviljoen samen Happy Street BV gevormd.

B2.2 Architectenovereenkomst Happy Street BV

De afspraken voor de voorbereidingsfase werden vastgelegd in de Architectenovereenkomst, tussen de Staat der Nederlanden en Happy Street BV, waardoor die laatste verantwoordelijk werd voor:

- uitwerking van het ontwerp
- bouwvoorbereiding
- detaillering
- prijs- en contractvorming
- begeleiding bij de realisatie
- daadwerkelijke oplevering

Happy Street BV werd ondersteund door de Nederlandse technische bureaus DHV, ABT en Bureau ZUS, en kreeg in China ondersteuning van Tongji Universiteit voor de uitwerking van de tekeningen volgens de Chinese regelgeving.

B3. Uitwerkingsfase

B3.1 *Uitwerking Happy Street concept*

In Happy Street heeft architect John Körmeling - in aansluiting op het hoofdthema - zijn visie op een ideale stad uitgewerkt, die op organische wijze ontstaat langs een handelsroute; een gebied waarin alle facetten van het leven naast elkaar aan bod komen. Dit als reactie op moderne stadsplanning waarin wonen, werken en industrie vaak in afgebakende gebieden bedreven worden. Met zijn ontwerp heeft Körmeling Nederland in de frontlinie willen plaatsen van betere, meer duurzame en meer menselijke stedelijke ontwikkeling. Happy Street was geconstrueerd in de vorm van een acht, het Chinese geluksgetal, en viel met name op door zijn opvallende, speelse, zeer open vormgeving die nauw aansloot op de identiteit van Nederland.

B3.2 *Patentkwestie*

Eind 2007 ontving de projectorganisatie via de Nederlandse ambassade in Beijing een claim van een persoon met de Chinese nationaliteit die beweerde dat hij het patentrecht bezat op het ontwerp van het Nederlandse paviljoen. Deze persoon eiste een financiële compensatie die door 'vriendschappelijke onderhandelingen' zou moeten worden vastgesteld.

De claim is in eerste instantie door de projectorganisatie doorgestuurd naar de architect omdat hij auteur van het ontwerp is. Echter de claim werd nadrukkelijk neergelegd bij de eigenaar van het paviljoen, *de facto* de Nederlandse overheid. Derhalve is besloten om de projectorganisatie te autoriseren een juridische procedure te starten met als doel het patent nietig te laten verklaren.

Aanvullend professioneel advies wees echter uit dat een juridische procedure jarenlang zou kunnen voortduren met alle kosten en publicitaire risico's van dien en dat de uitkomst daarvan onzeker was. Uiteindelijk is besloten om een schikking met de 'patenthouder' te treffen. Het schikkingsbedrag is uiteindelijk vastgesteld op 50.000 euro.

B3.3 *Publiekspresentaties in het paviljoen*

Voor de ontwikkeling van de publiekspresentatie is, door een verschil van inzicht tussen de architect en de opdrachtgever, een oplossing gezocht door het inwinnen van extern advies en het instellen van een werkgroep ter begeleiding van het traject.

Tentoonstellingsexpert Northern Light heeft geadviseerd over het concept van de publieks-presentaties in de huisjes op Happy Street. De deeltentoonstellingen dienden nauw aan te sluiten bij zowel de (sub)thema's van de Expo als de kernwaarden van de Nederlandse participatie. De werkgroep die is opgericht ter begeleiding van het traject stond onder leiding van het Atelier Rijksbouwmeester, met vertegenwoordiging van de architect, de opdrachtgever en de opdrachtnemer. De werkgroep en gevolgtijdelijk de Regiegroep hebben het uiteindelijke concept van de presentatie vastgesteld en laten uitwerken.



Om de presentaties te kunnen optimaliseren en om te bepalen hoe deze vorm van presenteren zou aanslaan bij het Expo-publiek, is het concept van de inhoud van de huisjes vooraf getoetst bij een doorsnee van het Chinese publiek. De reacties waren positief en enthousiast. De resultaten van deze toetsing zijn bij de verdere ontwikkeling gebruikt.

In de Regiegroep en met de architect is veel gediscussieerd over de invulling van de huisjes op Happy Street, de zogenaamde 'publieksbeleving'. In essentie betrof het hier een doelgroepdiscussie, waarbij uiteindelijk het algemene bezoekerspubliek bediend werd met de presentaties in de huisjes (met een mix van traditioneel en hightech), terwijl voor de gespecialiseerde doelgroepen de VIP Lounge uitkomst bood, waar met groot succes verdiepende presentaties zijn georganiseerd.

B3.4 Ontwerp interieur VIP Lounge

Het opvallende gele gebouw bovenop het Nederlandse paviljoen was letterlijk en figuurlijk de kroon op het ontwerp. Deze VIP Lounge diende een even origineel interieur te krijgen. Het streven was naar een warme en in het oog springende ruimte die recht deed aan de Nederlandse ontwerptraditie. Tegelijkertijd mocht de functionaliteit van de lounge niet uit het oog worden verloren, omdat er dagelijks presentaties en evenementen plaatsvonden.



Op voorspraak van architect John Körmeling werd de in Shanghai woonachtige Nederlandse interieurontwerpster Karin Rijlaarsdam gevraagd om een conceptvoorstel te maken. Haar ontwerp voldeed volledig aan bovengenoemde voorwaarden. Op basis van het ingediende conceptvoorstel kreeg zij de opdracht dit uit te werken tot een gedetailleerd ontwerp alsook om de uitvoering te begeleiden.

De Nederlandse interieurbouwer Gielissen met Chinese partner PICO kregen middels een aanvullende opdracht de taak om het interieur van de VIP Lounge te realiseren. In een eerder stadium hadden deze partijen al via een Europese aanbesteding de opdracht

gekregen om de publiekstentoonstelling in het paviljoen te bouwen.

B3.5 Communicatieplan en PR-evenementen

De communicatie tijdens de Wereldtentoonstelling over het Nederlands paviljoen was enerzijds gericht op het aantrekken van zoveel mogelijk bezoekers en anderzijds op het informeren van mensen die niet naar de Expo toe konden komen.

Hoewel het zwaartepunt van de communicatie in China lag, werd ook NL EVD Internationaal en de directie communicatie van EZ in Nederland ingezet om aan persverzoeken van de Nederlandse media te kunnen voldoen en ze te stimuleren om over de Nederlandse bijdrage te schrijven. Om zoveel mogelijk mensen in China te bereiken met de boodschap over de Nederlandse bijdrage aan de Wereldtentoonstelling, was de Chinese pers de belangrijkste doelgroep van de communicatie. Er is veel aandacht geschonken aan goede relaties met de pers. Het projectteam werkte hierin nauw samen met het Consulaat-Generaal in Shanghai.

De communicatie-instrumenten die door de Nederlandse deelname zijn benut of ontwikkeld:

- een woordvoeringsdocument ontwikkeld met en ten behoeve van de woordvoerders van de betrokken ministeries, steden en provincies
- in aanloop naar en ook tijdens de Expo is het publiciteitsbeleid van de Nederlandse deelname gericht geweest op het meeliften op de aandacht die de Expo-organisatie zelf genereerde
- goede toegang tot het Media Centrum van de Expo waar een *pool* van 100 verschillende media ruim zes maanden verslag deden van het evenement
- een publieksactiviteit voorafgaand aan de Expo, waarbij Nederland een speciaal ontwikkelde tulp schonk aan de Expo-autoriteiten, leverde veel publiciteit op
- een zeer volledige, drietalige perstoolkit, zowel gedrukt als digitaal, om de pers onderscheidend te kunnen benaderen
- een promotievideo (ca. 5 minuten) die op aansprekende wijze de gehele Nederlandse presentatie op de Expo in beeld bracht (Happy Street, Dutch Culture Centre, Rotterdam Water Paviljoen)
- een informatief, Expoboekje over Nederland op de Expo
- een door de Expo-organisatie ontwikkeld virtueel Expo terrein, Expo Online, waaraan Nederland beeldmateriaal en gedetailleerde informatie heeft bijgedragen voor een virtuele versie van Happy Street
- verschillende kleine promotiematerialen voor de gasten van de VIP Lounge op Happy Street

Concluderend kan vastgesteld worden dat de Nederlandse deelname via optimalisatie met zeer bescheiden financiële middelen een maximaal communicatierendement behaald heeft.

B3.6 Veiligheidsplan

In de *Terms of Reference* is bij aanvang meegegeven dat vanwege de enorme aantallen verwachte bezoekers de architect in het ontwerp rekening moest houden met goede publiekscirculatie. Bij het opstellen van het Veiligheidsplan heeft het Nederlandse bedrijf In Control Simulation Solutions uit Utrecht een crowd control simulatie ontwikkeld om te kunnen anticiperen op eventualiteiten. Deze modellen zijn van grote waarde geweest tijdens de voorbereiding en ook gedurende de openstelling van de Wereldtentoonstelling.

Er zijn slechts een paar kleine voorvallen geweest:

- één persoon gleed uit en brak een onderbeen
- één persoon kreeg een klein stuk gereedschap op het hoofd
- in de keuken ontstond op enig moment een klein brandje welke geen persoonlijk letsel veroorzaakte
- het paviljoen is bij noodweer een aantal keren uit voorzorg ontruimd

Het Veiligheidsplan voor het Nederlandse paviljoen is met inbegrip van de simulatiemodellen aan de Expo-autoriteiten voorgelegd. Het plan is goedgekeurd en de organisatie heeft veel enthousiasme uitgesproken over de aanpak en de ontwikkelde simulatiemodellen. Het belang van veiligheid had de hoogste prioriteit in het beleid van de Expo-autoriteiten.

B4. Productiefase

B4.1 Selectie Chinese aannemer

De aannemersselectie voor de bouw van het paviljoen is eerst Europees aanbesteed, maar omdat het vrijwel onmogelijk is voor Europese aannemers om toegang te krijgen tot de Chinese markt was er geen animo voor inschrijvingen. Het aanbestedingsproces richtte zich vervolgens op Chinese bedrijven. NL EVD Internationaal kreeg in China ondersteuning van bouwmanagement bedrijf SFECO voor het opzetten van het aanbestedingsproces en het Chinese projectmanagement. In januari 2009 werd het contract met het Chinese bouwbedrijf BaoYe getekend.

Risicoanalyse VROM

Op verzoek van het projectmanagement heeft het ministerie van VROM (Rijksgebouwendienst) een risicoanalyse gemaakt voor de financiële kant van de bouw van het Nederlandse paviljoen en de overige risico's, zoals culturele verschillen, Chinese wet- en regelgeving, beschikbaarheid van bouwmaterialen, communicatie.

De belangrijkste conclusies ten aanzien van de (financiële) risicofactoren waren:

- onvoorziene en onverwachte wijzigingen van de Chinese wet- en regelgeving
- doorvoeren van ontwerp wijzigingen onder meer doordat architecten tijdens de bouw fase verder proberen te ontwerpen aan hun creatie
- fluctuerende wisselkoersen

Start van de bouw

De bouw van het paviljoen startte officieel op 27 februari 2009 met de 'Ground Breaking Ceremony' en eindigde vertraagd op 15 maart 2010 met de 'Hand-Over Ceremony'. De oorspronkelijke overdacht stond gepland voor eind januari 2010. Echter, de volgende aspecten hebben vertraging in het proces opgeleverd:

- het ontdekken van restfundering in het door de Expo aangeboden bouwplot
- het bepalen van de juiste bouwvolgorde van de brugonderdelen en de hangende huisjes
- het verkeerd plaatsen van De Kroon
- het bepalen van de wijze waarop de constructie van de kleine huisjes vervaardigd en opgetild moest worden
- het bepalen van de juiste wijze van de beplating
- conflicten en fouten die zijn ontstaan door slechte communicatie tussen de verschillende disciplines binnen BaoYe en Tongji Universiteit
- het verschil tussen wat Chinezen en Nederlanders als 'hoge kwaliteit' ervaren



De bouw van het paviljoen werd begeleid door Happy Street BV, die in persoon van de architect eens in de maand op de bouwplaats controles uitoefende. Het dagelijkse toezicht werd gehouden door de ingehuurde projectmanager van het bedrijf DHV, representant van Happy Street BV. Deze controle was voornamelijk gericht op de ontwerpende aspecten. NL EVD Internationaal heeft een onafhankelijke bouwkundig adviseur ingehuurd om de bouwkundige aspecten in het belang van opdrachtgever in de gaten te houden. Inclusief het Chinese bouwmanagement waren

vanaf dat moment drie belanghebbende partijen als drieledig bouwmanagement team vertegenwoordigd op de bouwplaats.

De totale bouwkosten hebben uiteindelijk het in het contract vastgestelde bedrag niet overschreden.

B4.2. Selectie interieurbouwer

Voor de realisatie van de expositie van het Nederlands paviljoen werd uit een drietal interieurbouwers, die een raamovereenkomst met NL EVD Internationaal hebben gesloten, de Nederlandse interieurbouwer Gielissen geselecteerd.

De realisatie van de bouw van het interieur ging moeizaam en stond onder grote tijdsdruk door de vertraagde oplevering van het paviljoen. Ook liet de kwaliteit van de uitvoering te wensen over en hebben onderdelen van de publiekstentoonstelling niet naar behoren gewerkt tijdens de duur van de Expo. Bij de uiteindelijke afrekening heeft dit geleid tot een financiële schikking met Gielissen.

B4.3 EU aanbesteding venue management

De aanbesteding voor het venue management van het Nederlandse paviljoen tijdens de Expo is Europees aanbesteed. Op inhoudelijke gronden is gekozen voor het Nederlandse bedrijf De Vries en Partners (DVP).

Het operationeel venue management behelsde het opzetten, organisatorisch inrichten en het dagelijks managen van de operationele kant van het Nederlandse paviljoen. De gasten bestonden in grote lijnen uit twee doelgroepen: het zakelijk VIP bezoek van en voor de partners en sponsors, en de voornamelijk Chinese dagtoeristen van de Wereldtentoonstelling. In de uitwerking is gebleken dat de samenwerking tussen het venue management en de andere operationele partijen succesvol is verlopen, ondanks het feit dat in de praktijk bleek dat het ontwerp van het paviljoen onvoldoende was toegesneden op de operationele fase. Hierdoor was in bepaalde faciliteiten niet voorzien en moesten er ad hoc oplossingen gevonden worden. Dat zorgde ervoor dat er meer mankracht ingezet moest worden.

B4.4 EU aanbesteding catering

De aanbesteding voor de catering van het Nederlandse paviljoen tijdens de Expo is Europees aanbesteed. Op inhoudelijke gronden is gekozen voor het Nederlandse bedrijf Koninklijke Maison van den Boer.

De opdracht bestond uit de gehele exploitatie en operatie van Food & Beverage op het Nederlandse paviljoen. In het publieke gedeelte van het paviljoen, op het openbare terras op de begane grond, had het aanbod een fast-food karakter. In het VIP gedeelte in De Kroon, waar partners en sponsors van het paviljoen hun gasten ontvingen, was het aanbod exclusiever. Hier gold als concept 'convenience catering', waarbij de laatste handeling op locatie plaatsvindt. Op de dagen dat in De Kroon geen officieel programma plaatsvond, kon de cateraar het restaurant openstellen voor het publiek.

B4.5 Selectie stagiaires

Op het Nederlandse paviljoen hebben van de start tot het eind van de Expo zo'n 170 Nederlandse en 150 Chinese studenten in buddy-paren op het paviljoen stage gelopen. In Nederland is de werving en selectie van MBO- en HBO-studenten gedaan door Skills Netherlands en in Shanghai is de werving en selectie van Chinese studenten gedaan door Lloyd Morgan.

Nederlandse stagiaires

In april 2009 zijn HBO- en MBO-onderwijsinstellingen geïnformeerd over de stages op het Nederlandse paviljoen en de mogelijkheden voor de studenten om zich op te geven. Voor het opstellen van de selectiecriteria zijn in overleg met de betrokken organisaties functieprofielen opgesteld, waarbij voor alle functies een aantal algemene criteria gold en een aantal gedetailleerde criteria voor de specifieke functie-eisen.



Zowel de eerste als de tweede lichting studenten heeft vooraf een teambuildingsweekend gevolgd, om zich voor te bereiden op samenwerken en samenleven in Shanghai en de Chinese taal en cultuur. Door ervaringen met de eerste groep is er bij de tweede groep meer tijd gereserveerd om dieper op de informatie en de voorbereiding in te kunnen gaan. Dit heeft als uitwerking gehad dat de studenten van de tweede groep met minder verrassingen werden geconfronteerd.

Chinese stagiaires

Het selectieproces in China voor een stageplaats op Happy Street was zeer georganiseerd, professioneel en formeel, en daardoor vooral ook langdurig. Het proces duurde enkele maanden en was streng. De voorbereiding, met onder meer teambuilding activiteiten en een cultuurworkshop, was gedegen.

B4.6 Acquisitie sponsoren

De belangrijkste doelstellingen van het projectmanagement met betrekking tot bedrijfslevenparticipatie waren:

- voldoen aan de opdracht van het Kabinet om financiële betrokkenheid van het bedrijfsleven te verwerven bij de Nederlandse inzending
- versterken van het Nederlandse imago in China, door overheid en bedrijfsleven samen

Tijdens de acquisitie is gebleken dat de particuliere sector van mening was dat het institutioneel deelnemen aan wereldtentoonstellingen voor rekening dient te blijven van de publieke sector. Ook de financiële crisis speelde een rol. Daardoor zijn de verwachte inkomsten uit de particuliere sector beperkt gebleven. Een groot aantal Nederlandse bedrijven met een vestiging in China heeft wel actief deelgenomen, maar bij voorkeur in de vorm van goederen en niet met sponsorgeld, een enkele uitzondering daar gelaten.

B4.7 Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO)

MVO is een belangrijk uitgangspunt geweest in alle fasen van het project. Het is opgenomen als randvoorwaarde in de contracten met aannemers en toeleveranciers van alle goederen en diensten en het heeft veel aandacht gekregen in het contract met de bouwaannemer van het paviljoen. Vanwege de ambitie van de Expo-autoriteiten om een model-evenement te willen organiseren ten overstaan van de hele wereld, hanteerden zij een aangescherpte regelgeving voor specifiek dit onderwerp.

Bij het aangaan van de contracten heeft de Nederlandse projectorganisatie te allen tijde geprobeerd zicht te krijgen en te houden op de 'code of conduct' van de leveranciers.

B5. Openstellingfase

B5.1 Opening paviljoen door MP Balkenende

Minister President Balkenende was in Shanghai voor de opening van de Wereldtentoonstelling op 30 april 2010. Op 1 mei opende hij in het bijzijn van veel pers het Nederlandse paviljoen en maakte de eerste officiële rondgang over Happy Street.



B5.2 Nationale Dag

Voor de Nederlandse Nationale Dag op de Expo, 18 mei 2010, waren ZKH Prins Willem Alexander en HKH Prinses Máxima aanwezig, alsook de toenmalig minister van Economische Zaken, mevrouw Van der Hoeven. Zij hadden een zeer uitgebreid programma, dat 's ochtends begon met een officieel Expo gedeelte, gevolgd door bezoeken aan de overige Nederlandse presentaties op de Expo, en een uitgebreide receptie voor 1.200 Nederlandse en Chinese gasten op Happy Street. 's Avonds werd het programma vervolgd in het

Shanghai Grand Theater, met een voorstelling van het Nederlands Dans Theater, voor een publiek van 1.500 speciale genodigden.

De Nationale Dag was een enorm succes met name door de grote inzet van het Nederlandse Consulaat-Generaal in Shanghai.

B5.3 Nederlands aandeel EU Dag

De Europese Unie had voorgesteld dat elke lidstaat op de EU dag, 9 mei 2010, zou participeren met hun eigen vorm van carnaval. Nederland was vertegenwoordigd door de Oeteldonkse carnavalsband De Kikvorsen, welke heeft meegelopen in de carnavalsparade. Verder heeft de band voorstellingen gegeven in het stadscentrum van Shanghai, wat zeer gewaardeerd werd door het Chinese publiek.

B5.4 Evenementen stakeholders en sponsors in VIP Lounge

In de VIP Lounge zijn gedurende 109 dagen (van de 184) evenementen, seminars, activiteiten en andere netwerkbijeenkomsten georganiseerd, door partners en sponsors van het paviljoen.

Op een schaal van 1 tot 5 is de waardering over het Nederlandse paviljoen als middel om de doelstellingen te bereiken gemiddeld een 4. Het paviljoen was uniek en de beslotenheid van De Kroon bood in de immense drukte van de Expo een goede mogelijkheid voor het ontvangen van gasten, om te netwerken en om presentaties te geven. De personele inzet van het paviljoen werd zeer gewaardeerd.

Tijdens de dagen dat De Kroon niet gebruikt werd voor evenementen van partners en sponsors heeft het als restaurant *Summer Lounge* het reguliere publiek laten meeproeven van het bijzondere menu van Nederlandse gerechten. Dit heeft voor betere exploitatie van de VIP Lounge gezorgd.

B5.5 Inzet stagiaires

Happy Street is het enige paviljoen op de Wereldtentoonstelling Expo 2010 geweest dat werkte met stagiaires. Andere paviljoens werkten veelal met vrijwilligers. Het grote voordeel was de grote toewijding van de stagiaires, die middels hun stageovereenkomst en de te behalen leerdoelen duidelijke ambities en betrokkenheid hadden.

De studenten hadden een bijzondere positie op het paviljoen: doordat zij met zoveel continu aanwezig waren, werden zij het zichtbare visitekaartje van Nederland zowel op als buiten het Expoterrein. Slechts een paar studenten hebben dit ambassadeursschap voor Nederland onvoldoende serieus genomen. Hun stages zijn derhalve vroegtijdig beëindigd.

De stages op het paviljoen kunnen dan ook als een succes worden beschouwd. De MBO Raad heeft het proces begeleid en de leerdoelen van de studenten gemonitord.

Conclusies Nederlandse stagiaires

Naast het vakinhoudelijke aspect hebben de stages niet alleen een meerwaarde voor de studie opgeleverd, maar heeft het sociale aspect bijgedragen aan de maatschappelijke vorming van de Nederlandse studenten. Het samenwerken en samenleven gedurende drie maanden in een grote groep ver van huis leverde ervaringen op die bij reguliere stages niet opgedaan worden.

Conclusies Chinese stagiaires

De Chinese studenten hebben hun stage positief ervaren. Ze hebben bijgedragen aan de Expo en hebben werkervaring in een internationale omgeving kunnen opdoen. De samenwerking met de Nederlandse studenten hebben de Chinese stagiaires als prettig ervaren.

B5.6 Bezoekers

De Nederlandse deelname aan de Expo richtte zich enerzijds op het ontvangen van het grote Expo publiek en anderzijds op het verwelkomen van Chinese relaties voor de specialistische programmaonderdelen van de partners en sponsors in De Kroon.

Gedurende 184 dagen hebben 8,3 miljoen Expo bezoekers kennis kunnen maken met Nederland door paviljoen Happy Street te bezoeken. Dit is 11,3% van het totaal van 73,5 miljoen Expo bezoekers, en dat is ruim boven de hoogst gestelde verwachtingen.

De bijeenkomsten in De Kroon zijn naar schatting bezocht door ca 7.000 Chinese relaties uit het netwerk van deelnemers, sponsors en stakeholders. Een aantal dat eveneens de verwachtingen overstijgt.

Tot slot is het paviljoen bezocht door tal van prominente gasten, zoals verschillende leden van het Nederlandse koninklijk huis en de bij de inhoudelijke programma's betrokken hoogwaardigheidsbekleders, zowel uit de Nederlandse politiek als de publieke en private sector en hun Chinese counterparts.

B5.7 Operatie en onderhoud van het paviljoen

Na de Hand-Over Ceremony op 15 maart 2010 kwam het paviljoen officieel in handen van NL EVD Internationaal en konden de inrichting van de expositie, het opbouwen van de catering en het organiseren van het operationele gedeelte verder uitgevoerd worden. De nieuwe partijen waren voor de realisatie afhankelijk van de bouwkundige informatie over de status van het paviljoen. De testdagen en de eerste maand van opening (mei 2010) wezen uit dat er nog verschillende bouwkundige aanpassingen nodig waren om het paviljoen praktischer, veiliger of duidelijker te maken, zowel voor het operationele team als de paviljoenbezoekers.

Tijdens de gehele duur van de Expo bleef vanuit NL EVD Internationaal een verantwoordelijke op het paviljoen om zicht te houden op kwaliteit, engineering en onderhoud, en ook om contact te onderhouden met BaoYe voor de reparatie- en onderhoudszaken. Dit heeft ertoe geleid dat het merendeel van het onderhoudswerk gekwalificeerd kon worden als reparaties, waardoor kosten werden bespaard.

B5.8 Media-aandacht

Kranten, televisie en internet zijn de belangrijkste media in China en daar heeft de campagne van Nederland zich voor het overgrote deel op gericht. Daarnaast heeft Nederland ook het voordeel gehad mee te kunnen liften met de campagnes van de Expo-organisatie en initiatieven van de media zelf. Onderstaande gegevens laten zien hoe vaak de Nederlandse deelname in de Chinese pers is verschenen, in de periode van december 2009 tot en met oktober 2010. Naast het aantal publicaties wordt hieronder ook vermeld wat de publiciteitswaarde ervan is en wat het geschatte bereikte Chinese publiek is van de Nederlandse deelname via de Chinese pers.

Gedrukte media

De Nederlandse deelname aan de Expo is in vrijwel elke krant van China verschenen, van het noorden tot het zuiden en van oost tot west, in landelijke en regionale media. Veel artikelen zijn ook verschenen in vaktijdschriften. Het totaal aantal artikelen kwam uit op 446.

Televisie

De Nederlandse deelname is veelvuldig op de Chinese televisie geweest, waaronder uitzendingen op de belangrijkste zenders van China. Het totaal aantal uitzendingen kwam uit op 76.

Online media

Internet is *booming* in China. De Nederlandse deelname is met grote regelmaat op belangrijke websites gepubliceerd. Het totaal aantal webpublicaties kwam uit op 904.

Website Holland Paviljoen

Op de drietalie officiële website www.holland-expo2010.com/cn/nl is vanaf de start van de bouw in maart 2009 tot ruim na de sluiting van de Expo de Nederlandse deelname te volgen geweest. De website is tussentijds, vlak voor aanvang van de Expo, opgefrist en geherstructureerd. Via de website was de bouw en het verloop van de Expo te volgen, persmateriaal was te downloaden en partners en sponsors van het paviljoen werden vermeld.

De drie websites zijn ruim 138.000 keer bezocht. Ca. 49.000 keer door gebruikers uit China en ruim 63.000 keer door Nederlandse gebruikers. Er zijn opvallend veel Chinese gebruikers op de site geweest. De goede zoekmachine positionering heeft gezorgd voor veel bezoekers op de Nederlandse versie. Gezamenlijk hebben de bezoekers voor bijna 470.000 pageviews gezorgd. Pieken in bezoekersaantallen zijn te zien rond de opening (30 april en begin mei) en tijdens de Nationale dag van Nederland op 18 mei. Op de Chinese versie was ook in de laatste maanden van de Expo, september en oktober, een constante stroom van veel bezoekers waar te nemen.

Social media

Voor de duur van de Expo is in één van de huisjes van Happy Street een Happy Media Studio ingericht. Twee stagiaires Journalistiek hebben met reportages verslag gedaan vanaf het paviljoen. Verder is in samenspraak met Radio Nederland Wereldomroep (RNW) gekozen voor een geïntegreerde creatieve marketingstrategie met als centraal thema 'Happy', die erop gericht was zoveel mogelijk intensieve internetgebruikers en bezoekers aan de Shanghai Expo aan Happy Street te verbinden. Actieve marketing en PR in het veld van nieuwe sociale media heeft hiermee een cumulatief bereik van meer dan 10 miljoen mensen behaald.



B5.9 Samenwerking Paviljoen Rotterdam en Dutch Culture Centre

De drie-eenheid van de Nederlandse Expo deelname, met Happy Street, het Rotterdam Water Paviljoen en het Dutch Culture Centre, heeft zich op verschillende terreinen geuit en bevestigd:

1. organisatorische betrokkenheid
2. uitwisseling technische ervaringen en ideeën
3. uitwisseling/afstemming van bezoeken en delegaties
4. meerwaarde communicatie
5. exposure naar drie partijen

In de praktijk was er veel samenwerking en kruisbestuiving tussen de paviljoens. De meeste officiële bezoekers hebben alle drie de paviljoens bezocht. En ook wat betreft promotie hebben de organisaties elkaar geholpen.

B6. Nazorg-/evaluatiefase

B6.1 Ontmanteling paviljoen

Volgens het *Participant Contract* tussen de World Expo 2010 Shanghai-organisatie en de Nederlandse overheid als deelnemer is afgesproken dat het bouwplot op 1 mei 2011 door de deelnemer in de originele staat zou worden opgeleverd. Een aantal slopers is dan ook uitgenodigd om een offerte te doen waarbij bureau Veritas het projectteam bijstond. Uiteindelijk hebben de Expo-autoriteiten aangeboden om de sloop van het paviljoen met alle daarbij behorende verantwoordelijkheden over te nemen. Gezien mogelijke tegenvallers tijdens de sloop en bij het schoon opleveren van de grond is besloten om op het aanbod van de EXPO-autoriteiten in te gaan.

Op 3 maart 2011 is het Nederlandse paviljoen officieel overhandigd aan de Expo-autoriteiten.

B6.2 Openbare veilingen roerende en onroerende zaken

Ter realisatie en openstelling van het paviljoen en het opzetten en uitbreiden van de projectorganisatie, zijn sinds het begin van het project in 2006 roerende zaken aangeschaft, zoals kantoormeubilair, computers, horeca-apparatuur en tentoonstellingsobjecten.

De afdeling Domeinen, verantwoordelijk voor het beleid over afstoting of behoud van roerende en onroerende zaken die eigendom zijn van Agentschap NL, heeft bepaald dat alle goederen die in de aanloop, tijdens en na afloop van de Expo in China en Nederland zijn aangeschaft van de hand gedaan dienen te worden door middel van openbare veilingen. In Nederland is via BVA Auctions B.V. een veiling georganiseerd om in Nederland aangeschafte zaken te veilen.

Voor wat betreft goederen die in China werden aangeschaft, heeft Domeinen bepaald dat deze in China geveild konden worden, omdat de kosten voor vervoer naar Nederland de opbrengst van de veiling zouden overschrijden. In China zijn via een aanbesteding twee veilinghuizen geselecteerd om de in China aangeschafte roerende zaken te veilen. Beide veilingen zijn inmiddels afgerond.

B6.3 Conclusies

Happy Street bereikte een top 10 notering in de lijst van meest gewaardeerde paviljoens op de Expo 2010 in Shanghai, en behaalde met 8,3 miljoen bezoekers meer dan ruimschoots de beoogde bezoekersdoelstelling. Daarnaast hebben de evenementen in de VIP Lounge een positieve bijdrage geleverd aan het verstevigen en vernieuwen van zakelijke relaties met ca. 7.000 Chinese bezoekers. Bovendien leverde de Nederlandse deelname aan Expo 2010 nog eens diverse spin-offs op voor betrokken Nederlandse partijen.

De organisatie van de Expo was voor de Chinese autoriteiten een megaoperatie. Omdat de organisatie vooraf niet heeft kunnen inschatten wat er allemaal gemoed zou gaan met de realisatie werd de regelgeving gaandeweg gewijzigd. Het hoofddoel van de Expo was om een rooskleurig beeld van China weer te geven, waardoor vooral regels (en het aanpassen daarvan) rond veiligheid en beveiliging boven alles gingen. Daardoor waren processen niet altijd even goed zichtbaar voor de deelnemers, met als gevolg extra kosten en organisatorische problemen door wijzigingen.

Door voor de bezetting van het paviljoen voor een groot deel te werken met stagiaires en niet met vrijwilligers, heeft het Nederlandse paviljoen een constante en toegewijde groep medewerkers gehad. Bovendien was Nederland tijdens de Expo ten opzichte van de andere deelnemers uniek in deze aanpak.

Ondanks de inzet van beperkte financiële middelen is een zeer hoog rendement aan media exposure behaald. Via de paviljoen-website, de Chinese media, eigen publiciteitsacties en evenementen van partners en sponsors is een enorm publiek bereikt dat kennis heeft kunnen maken met Nederland, in veel verschillende facetten.

Vanaf het begin van de Expo bleek het polderlandschap met de kunststof schapen onder het paviljoen ongekend populair. De vrolijke en rustige uitstraling van deze parkachtige plek, die bovendien bescherming bood tegen zowel regen als felle zon en een eigen bio-atmosfeer had, werd de best bezochte rustplek van de Expo en is in veel mediapublicaties genoemd als een 'must-see' van de Expo.

Ondanks meningsverschillen, vertragingen bij de bouw, een patentkwestie, tegenvallende sponsorinkomsten, cultuurverschillen, tijdsverschillen, regelgeving die gaandeweg bleef wijzigen, is de Nederlandse deelname met recht een succes te noemen met concreet benoembare en meetbare resultaten.

'Lessons learnt'

- een wereldtentoonstelling is een middel in de totaalaanpak van Holland Branding en economische diplomatie
- gedetailleerde Terms of Reference (TOR), met onder meer een heldere omschrijving van de diverse projectrollen, moeten in een zo vroeg mogelijk stadium beschikbaar zijn en op output sturen om kosten te kunnen beheersen
- zoek altijd de zakelijke insteek bij een wereldtentoonstelling om draagvlak te creëren voor concrete en meetbare B2B activiteiten, en organiseer deze met lokale partners (zowel publiek als privaat)
- creëer een 'first mover advantage' zodat er meegelifit kan worden op de promotie-activiteiten van de expo-organisatie
- kies voor een brede, overkoepelende nationale aanpak waarbij publieke en private partners zich op onderliggende thema's profileren
- leg publieke financiering in een vroeg stadium vast en stel het project niet afhankelijk van private sponsoring



foto: Peter Cox

DEEL C: FINANCIËLE VERANTWOORDING

In onderliggende toelichting verklaart de directie van de Nederlandse sectie World Expo 2010 de ontwikkeling van een aantal relevante posten en de mogelijke afwijkingen ten opzichte van de oorspronkelijke Begroting. De directie zal de afwijkingen tussen de begrote kosten en de werkelijke kosten inzichtelijk maken. Tevens wordt een overzicht van de gerealiseerde opbrengsten gegeven.

De directie van de Nederlandse sectie World Expo 2010 verklaart hierbij dat de financiële verantwoording een getrouw beeld geeft van de financiële verantwoording van de gemaakte uitgaven en ontvangsten, zodanig dat deze geen afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten bevatten.

De Auditdienst van Economische Zaken heeft op d.d. 01-06-2011 een goedgekeurde controleverklaring (voorheen accountantsverklaring) afgegeven. Deze is samen met de financiële eindrapportage op d.d. 06-06-2011 aan de opdrachtgever verzonden.

Resultaat

De Nederlandse bijdrage aan de Wereldtentoonstelling te Shanghai in 2010 wordt per saldo positief afgesloten met een onderuitputting van circa 960.000 euro. Dit is het resultaat van een strakke bewaking van de kostenbegroting en een forse inspanning van het projectteam om extra baten te genereren.

Een beperking van de onderuitputting is toe te wijzen aan extra opdrachten die gedurende de uitvoering aan de projectorganisatie zijn gegeven met betrekking tot de organisatie van de opening en de sluiting van het paviljoen, de EU-dag en de Nationale Dag (300.000 euro), aanvullende communicatie rondom de Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling (100.000 euro), de tegenprestatie van de Nederlandse Staat aan de Holland 8 voor medefinanciering van de Nederlandse deelname (471.796 euro), uitbreiding van het paviljoen met een greenhouse (134.000 euro) en het afhandelen van een patentclaim inzake het ontwerp van het paviljoen (145.000 euro zijnde 50.000 euro afkoop en 95.000 euro juridische kosten). De Nederlandse sectie World Expo 2010 heeft er alles aan gedaan om deze extra opdrachten binnen het projectbudget te realiseren, hetgeen ook gelukt is. Hierdoor hebben we geen extra budget hoeven aanvragen bij de opdrachtgever voor de extra uitgevoerde opdrachten.

Budgettair kader

Nadat het kabinet in juni 2006 besloot om de Wereldtentoonstelling Expo 2010 te Shanghai deel te nemen is in juli 2006 een begroting van 20 miljoen euro vastgesteld in het initiatiefrapport.

De opdracht aan de Nederlandse sectie World Expo 2010 omvat het ontwerp en de bouw van het paviljoen, de bouwkundige en technische inrichting, het vervaardigen van de publiekstentoonstelling, plaatsing van de tentoonstelling, exploitatie en management en na afloop een ontmanteling en het afvoeren c.q. verplaatsen van het Nederlandse paviljoen op de Wereldtentoonstelling Expo 2010 te Shanghai.

Toelichting op de afwijkingen ten opzichte van de oorspronkelijke begroting

Begrotingspost	Begroting Initiatief rapport	Baten en lasten t/m 31-3-2011	Baten en lasten 1-4-2011 t/m 31-5-2011	Stelpost baten en lasten	Project kosten
1. Organisatiekosten Nederland	3.450.000	-3.537.202	-208.139	-55.000	-3.800.341
2. Organisatiekosten Shanghai	10.000.000	-10.285.218	-158.473	-	-10.443.691
3. Exploitatiekosten Shanghai	3.750.000	-6.190.778	-191.459	-10.000	-6.392.237
4. Onvoorzien	2.800.000	-10.440	-	-	-10.440
5. Opbrengsten	-	1.070.879	534.163	1.290	1.606.333
	20.000.000	-18.952.760	-23.908	-63.710	-19.040.378

Ad 1: Organisatiekosten Nederland

Ten aanzien van de organisatiekosten in Nederland is een lichte overschrijding van het budget gerealiseerd. Deze overschrijding wordt voor circa 33% veroorzaakt door een aanvullende opdracht inzake de communicatie rondom de Nederlandse deelname aan de Wereldtentoonstelling.

Tevens is extra personeel ingehuurd ter versterking van de Nederlandse sectie World Expo 2010. Deze capaciteit is vooral ingehuurd voor uitbreiding van de Juridische en Financiële beheerscapaciteit. Gezien de enorme omvang van deze Expo en het grote aantal contractpartijen waarmee de Nederlandse sectie World Expo 2010 zaken deed is extra beheerscapaciteit noodzakelijk gevonden. In de oorspronkelijke begroting is daar onvoldoende rekening mee gehouden.

Ad 2: Paviljoen

Voor de bouw en de presentatie van het paviljoen is bij de start van het project een totaalbudget van 10 miljoen euro vastgesteld, inclusief demontage. Op dit budget wordt een lichte overschrijding gerealiseerd van circa 4%. Deze overschrijding wordt voornamelijk veroorzaakt door extra kosten die zijn gemaakt voor:

- Uitbreiding van het paviljoen ten behoeve van opslagruimte. In het Programma van Eisen voor het gekozen ontwerp ontbrak de opslagruimte. Als gevolg daarvan is aan het ontwerp een greenhouse toegevoegd, waarvoor extra ontwerp- en bouwkosten zijn gemaakt.
- Tevens kwam de Chinese Expo organisatie 2010 regelmatig met gewijzigde of aanvullende eisen ten aanzien van de bouw, de veiligheidssystemen en cameratoezicht, hetgeen extra kosten met zich meebracht.
- Door het open ontwerp van het paviljoen en het materiaalgebruik was het noodzakelijk om extra investeringen te doen voor de cooling van de ruimtes in het paviljoen. Hierdoor zijn technische mankementen, door oververhitting, aan de technische presentaties voorkomen.
- Voor zowel de VIP catering als de Publiekscatering zijn keukenapparatuur aangeschaft, waarvan de kosten in de begroting lager waren ingeschat. Een deel van deze investeringen is echter terugverdiend met de verkoop van de keuken in de demontagefase van het paviljoen.
- Tevens was in de oorspronkelijke begroting geen rekening gehouden met de aanschaf van de LED schermen aan het paviljoen ten behoeve van de Nederlandse presentatie. Bij het opstellen van de oorspronkelijke begroting was de gedachte dat deze LED schermen gesponsord zouden kunnen worden door het bedrijfsleven, maar door de financiële crisis is dit niet haalbaar gebleken.

Een deel van de extra kosten is gefinancierd uit de besparingen met betrekking tot de demontage van het paviljoen. Met de overdracht van het paviljoen aan de Chinese Expo organisatie 2010 is circa 359.000 euro aan demontage kosten uitgespaard.

Ad 3: Exploitatiekosten Shanghai

Het gekozen ontwerp voor de Nederlandse aanwezigheid op Expo 2010 was relatief gezien de voordeligste optie. Echter in de praktijk bleek het een zeer onderhouds- en personeelsintensief paviljoen. Hierdoor zijn de kosten in de exploitatiefase fors toegenomen ten opzichte van de oorspronkelijke begroting. Deze kosten worden voornamelijk gefinancierd uit het gereserveerde budget van 10% voor onvoorziene kosten. Het betreft de volgende kostenposten:

- Door de Chinese Expo Organisatie zijn een aantal preferente leveranciers toegevoegd voor onder andere vervoer en opslag van goederen op het expo terrein, schoonmaak en beveiliging. Door deze gedwongen winkelnering zijn deze posten hoger uitgevallen dan begroot.
- Het open karakter van het paviljoen is een belangrijke reden dat het Nederlandse Paviljoen tot één van de grote trekpleisters behoorde van de Expo 2010. Dit succes heeft echter wel een hogere prijs dan begroot met name ten aanzien van de beveiliging en venue management.
- Voor de catering op het paviljoen in de VIP Lounge was oorspronkelijk geen budget begroot. De catering in de VIP Lounge is bestemd voor partners en sponsors. Ondanks een Europese aanbesteding was er echter maar één partij die zich aanbood om de catering in Shanghai op zich te nemen. Daarbij eisten zij een omzetgarantie van 74% over verwachte 1,2 miljoen euro omzet op de catering in de VIP Lounge. In de onderhandelingen over deze voorwaarden heeft de Nederlandse sectie World Expo 2010 als tegenprestatie afspraken gemaakt over de winstdeling over de omzet van de Publiekscatering. Door deze afspraak is circa 28% van de kosten voor de VIP catering terugverdiend. Tegenover de kosten voor de catering staan inkomsten van sponsors à 370.000 euro en een sponsorbijdrage in natura met een waarde van circa 1,1 miljoen euro.

Daarnaast hebben de extra opdrachten inzake de organisatie van de Nationale Dag en de tegenprestatie van de Nederlandse Staat aan de Holland 8 voor medefinanciering van de Nederlandse deelname en het afhandelen van de patent claim op het ontwerp van het paviljoen tot extra onvoorziene kosten geleid.

Ad 4: Onvoorzien

De post onvoorzien is voornamelijk in de exploitatiekosten te Shanghai gaan zitten.

Ad 5: Opbrengsten

De directie van de Nederlandse sectie World Expo 2010 en het projectteam zijn continue alert geweest op enerzijds het beheersen van de kosten, maar tevens het genereren van extra baten. De opbrengsten van circa 1,6 miljoen euro zijn als volgt opgebouwd:

Omschrijving	Baten t/m 31-5-2011	Stelpost baten	Resultaat
Inkomsten uit sponsoring	370.000	-	370.000
Inkomsten pacht publiekscatering	230.083	-	230.083
Inkomsten doorbelasten catering	108.125	1.290	109.415
Verhuur VIP Lounge	34.176	-	34.176
Teruggave lokale VAT	404.979	-	404.979
Inkomsten verkoop ontmanteling paviljoen	347.819	-	347.819
Overige inkomsten	109.861	-	109.861
	1.605.043	1.290	1.606.333