



## I Spy Spaarnwoude

### Verslag promotie Recreatiegebied Spaarnwoude

In april 2010 heeft de KvK op verzoek van de Ondernemersvereniging Spaarndam e.o. een economische 'foto' gemaakt van ons werkgebied.

Uit deze foto kwam naar voren dat er veel potentie in het gebied aanwezig was in de sector recreatie en toerisme. Dit is destijds aan alle betrokkenen (ondernemers en bestuurders) gepresenteerd in de Zoete Inval.

In najaar 2012 hoorden we via Laurette van Halen dat de KvK een budget beschikbaar stelde aan ondernemers ten behoeve van een Snelle impuls van de economie.

Leon Ravestein en Ineke van der Geest hebben vervolgens een projectplan ingediend namens de ondernemersvereniging waarin we de noodzaak kenbaar maakten om de identiteit van Spaarnwoude vast te stellen en te promoten om zodoende het gebied meer op de kaart te zetten.

In de winter kregen we het leuke bericht dat ons projectplan was goedgekeurd en zijn we gestart met het opzetten van een Plan van Aanpak in samenwerking met Wout Grift (van de KvK) als projectleider.

We hebben een marketingbureau (Business Openers) geselecteerd, die o.a. ervaring heeft met branding van gebieden en Ineke heeft zichzelf bereid verklaard om de begeleidingsgroep samen te stellen en de 'kar te trekken' namens de ondernemersvereniging.

Vervolgens heb ik begin februari een begeleidingsgroep samengesteld met aandacht voor vertegenwoordiging vanuit verschillende disciplines. Na een eerste bijeenkomst met deze kerngroep waarin Ineke en Business Openers de opzet hebben toegelicht, is een selectie gemaakt van ondernemers en stakeholders die we in de afgelopen maanden hebben geïnterviewd.

Begeleidingsgroep:

<b>1. Droompark Buitenhuisen</b>	Teun Jansen	Overnachtingen
<b>2. Spaarnwoude</b>	Jan Hylkema	Beheer
<b>3. ONS</b>	Gijs vink	Agrariërs
<b>4. Villa Westend</b>	Dana Reek	Recreatie en restaurant
<b>5. Connexion fff</b>	Maurice de Meche	Vervoer -
<b>6. Gemeente velsen</b>	Debby kostandy	Marketing en promotie

Wout Grift (projectleider van de KvK) heeft in de afgelopen maanden alle interviews uitgevoerd met de ondernemers.

De vragen die aan de ondernemers werden voorgelegd:

*Wie zijn uw belangrijkste klanten? - Heeft u veel vaste klanten? - Bezoeken uw klanten nog andere voorzieningen in Spaarnwoude? Welke doelgroepen zou u nog willen aantrekken? Wat doet u op dit moment aan promotie? - Welke promotieplannen heeft u? - Waarom heeft u zich in Spaarnwoude gevestigd? - Welke samenwerkingsverbanden heeft u met andere bedrijven in het gebied? - In hoeverre is uw bedrijf afhankelijk van de attractiviteit/imago van Spaarnwoude als totaal? - Wat is in één zin het unieke van Spaarnwoude? - Wat zijn de sterke punten van Spaarnwoude voor het trekken van bezoekers?*

De antwoorden op deze vragen kunnen we niet publiceren, maar Wout was aangenaam verrast door de bereidheid om hieraan mee te werken, het pioniersgehalte onder de



ondernemers. Alle ondernemers in Spaarnwoude hebben aangegeven dat het groen en de ruimte in de het gebied een voorwaarde zijn voor hun onderneming en ze doen erg hun best om klanten aan te trekken (meer dan bijvoorbeeld een ondernemer in Amsterdam). Bovendien is er een grote bereidheid om inspanningen te leveren voor de promotie van Spaarnwoude.

De ondernemers die geïnterviewd zijn: De Toerist, De Stal, Cafe Spaarnwoude, Dynamique, Grondig Hoveniers, SnowPlanet, Step en Ko, Villa Westend, Villa Zomerdijk, Fletcher, Han Bouwens, Paintball Spaarnwoude, DroomParken, Gijs Vink.

Ineke en Wout hebben met bijna alle bestuurders gesproken (Provincie Noord-Holland – Jacqueline Groen en Corinne Meijer, Gemeente Amsterdam - Gemeente Haarlem - de heer P.R. van Doorn)

Gemeente Haarlemmerliede en Spaarnwoude - de heer P. Heiligers -Gemeente Haarlemmermeer - de heer J.J. Nobel -Gemeente Velsen - mevrouw A.V. Baerveldt, vicevoorzitter en Jan Hylkema (directeur RNH)

Omdat deze bestuurders bepalend zijn voor wat mogelijk is in Spaarnwoude vonden we het belangrijk om hen persoonlijk te informeren en waren blij met de positieve feedback die we van hen ontvingen.

Ter voorbereiding op de tweede bijeenkomst, waarbij we meer ondernemers hebben uitgenodigd heeft Business Openers zich verdiept in het gebied door alle door Ineke verzamelde visies en doelstellingen te bestuderen (van Provincie, gemeentes, de economische foto, doelstellingen van Spaarnwoude etc.) en een brand positioner test gedaan onder de ondernemers in het gebied. De uitkomst van deze test leverde het door de ondernemers gewenste imago op. Het aardige hiervan was dat er veel overeenstemming was over de manier waarop we Spaarnwoude zagen.

Inmiddels zijn er twee werkbijeenkomsten geweest (op 26 maart en 4 april) waarin Business Openers haar bevindingen heeft gepresenteerd en feedback heeft ontvangen van de aanwezige ondernemers. Overigens was de opkomst ook bij deze bijeenkomsten weer heel erg goed. Hieronder de weergave van de presentaties.

Waar staan we nu?

Er staat op 22 april a.s. weer een werkbijeenkomst gepland in vervolg op de bijeenkomsten van 26 maart en 4 april en wordt langzaam aan toegewerkt naar een eindproduct.

Eindproduct:

*Promotieplan* bestaande uit de volgende onderdelen:

- een afbakening van gewenste doelgroepen (bestaand en nieuw)
- de gewenste profilering van Spaarnwoude&Spaarndam als toeristisch-recreatief gebied
- een vertaling van deze profilering in woord en beeld (logo, kleurstelling, lettertype en slogan)
- selectie van te benutten communicatiekanalen (media, social media, etc.) en in te zetten middelen (radiospotjes, folders, advertenties, publieksacties, nieuwe evenementen, etc.)
- een uitvoeringsprogramma (wie doet wat en wanneer?)

Een *uitvoeringsconvenant*



Om uitvoering te kunnen geven aan de promotie van Spaarnwoude is het van belang dat we financiering vinden. Er zijn inmiddels wel al wat ideeën om dit voor elkaar te krijgen. Er is een aanvraag ingediend bij Provincie Noord-Holland voor budget Promotie Spaarnwoude. Spaarnwoude heeft aangegeven een kleine bijdrage te willen leveren, we ontvangen van de KvK budget 7500,- om uitvoering te geven aan ... Ideeën zijn welkom.

Wat is tot op dit moment het grote succes van dit project?

Het enthousiasme en de bereidwilligheid van alle ondernemers en stakeholders die belang hebben bij promotie van Spaarnwoude.