

Langelaar, 23 november 2016

Het Groene Hart heeft straks ook een big 5 als het aan de recreatieondernemers ligt

Ondernemers werken samen aan nieuwe wandel- fiets- en vaarroutes door de Rijn- en Veenstreek en Zoeterwoude

Routes met namen als Molenvaart, Hutspotroute of The big 5 van het Groene Hart, moeten in de toekomst meer recreanten naar de regio trekken. Met nieuwe routes voor wandelaars, fietsers en sloepen hopen ondernemers Zoeterwoude en de Rijn- en Veenstreek aantrekkelijker te maken voor een dagtripje. Veertig ondernemers legden tijdens een bijeenkomst op 23 november in Langelaar de basis voor deze zogenoemde belevingsroutes. Begin februari 2017 moeten de routes in gebruik worden genomen.

Hieronder volgt een impressie van de avond 'De route naar meer gasten'. Arjan Bakker van bureau Bolwerk leidt de workshop in.

De Rijn en Veenstreek en Zoeterwoude zijn, bij uitstek gebieden die het echte Holland vertegenwoordigen. Molens, kaas en bloemen. Alle ingrediënten om interessant te zijn voor de 17 miljoen buitenlanders die Nederland aandoen. Die moeten we naar ons gebied halen, maar hoe doen we dat? Anders zijn dan anderen, verhalen vertellen, een gebied tot leven brengen, laden en volop benutten.



Voorbeeld

Het verhaal van horeca-ondernemer Bert van Zijtveld van pannenkoekenhuis De Heikamp in Ruurlo onderstreept dat creatief ondernemerschap loont. Zijn bedrijf bevindt zich niet direct op een ideale locatie. Ver van de bewoonde wereld, maar toch lukt het om 120.000 bezoeker per jaar te trekken. Van Zijtveld: "De basis is het pannenkoekenhuis, maar we zijn altijd bezig met vernieuwing en benutten onze natuurlijke omgeving optimaal. Door themaroutes te ontwikkelen, maar ook door samen te werken met ondernemers in de buurt. Daarnaast proberen we ons ook te onderscheiden, door soms eens iets te doen wat voor een hoop aandacht in de media zorgt. Vorig jaar introduceerden we bijvoorbeeld de pannenkoekenprinter, culinair niet erg interessant, maar een fantastisch PR-middel. Het is belangrijk om af en toe eens buiten de lijntjes te kleuren, want dat houdt de spirit in het team".

Zelf aan de slag

Daarna was het de beurt aan de ondernemers, om zelf een belevingsroute te ontwikkelen, met als kapstok een van de drie knooppuntennetwerken; wandelen, fietsen of varen. De groepen konden kiezen uit verschillende thema's, zoals cultuurhistorie, watergeschiedenis, agrarische productie en rust en natuur. Aan tafel werd druk gebrainstormd over de verschillende mogelijkheden, draagvlak, investeringen, voorzieningen, promotie en actiepunten.



Van 'Hutspotroute' tot 'The big 5 van het Groene Hart'

Hier en daar aan de tafels was het wat zoeken naar een haalbare invulling van een route. Bij fietsen en varen is de actieradius van de toerist of recreant wat groter dan bij wandelen. De beperkingen zijn snel opzij gezet om ruimte te maken voor kansen.

“Als er uit elk vliegtuig dat op Schiphol landt, iemand verleid kan worden naar het gebied te komen om voor een poldersafari in het Groene Hart, dan is er potentieel”, volgens een groep. Met een moderne tractor met huifkar gaan ze toeristen afhalen op Schiphol om 'The big 5 van het Groene Hart' te ontdekken. Een andere groep sluit daar op aan met de 'Iconenroute', een meerdaags wandelarrangement, met leuke overnachtingmogelijkheden en ontdekplekken.

Twee groepen richten zich op varen 'Een Hollandse Molentocht' en 'De Molenvaart' zijn de werktitels. Er is al goed nagedacht over welke voorzieningen er nodig zijn, wie betrokken moeten worden. En met termen als 'The lakes of Amsterdam' wordt een internationale doelgroep aangesproken. Water staat er centraal en een waterspeelpark kan onderdeel uitmaken van routes over de watergeschiedenis.

Verbinding zoeken in een historisch verhaal doet een gemêleerde groep ondernemers aan de tafel waar de 'Hutspotroute' of 'Op pad met Corneel' bedacht is. Geografisch gunstig liggen hun bedrijven niet ten opzicht van elkaar. Door arrangementen met bijvoorbeeld bed-and-breakfast en een goed tot de verbeelding sprekend verhaal, kun je het thema per gebied uitwerken en verbinden, luidt de redenering van de groep.

'Parels uit 't Groene Hart' bestaat uit een aantal wat kleinschaligere ondernemingen. Iedere ondernemer kan zijn of haar eigen bedrijf uitstekend promoten. Er valt genoeg te beleven, maar om de verbinding te vinden is wat lastiger. Volgens Bakker zijn er volop mogelijkheden, een kennismaking en aandacht voor elkaar is hier misschien wel de eerste sleutel tot een succes. Iets kleins kan tot een grote beleving leiden.

Terugkerende opmerking in de avond is dat ondernemers elkaar beter moeten vinden en begrijpen. Het is zoals ondernemer Cor van Gelderen terecht opmerkt “Toeristische producten moeten zonder te veel hulp tot stand komen, we moeten het als ondernemers zelf willen, het moet van onderaf komen”. Dat realiseren de organisatoren van de avond zich ook.

Tips

Alle presentaties zijn door Bakker en Van Zijtveld voorzien van tips en trucks om de kans op succes te optimaliseren. Over het geheel gezien is er een zes-tal ideeën gepresenteerd waar kansen liggen. Wat van Zijtveld de ondernemers nog mee wil geven is dat een goed doordacht en onderbouwd plan zelden stuit op weerstand van overheden. En als je ze weet te vinden zijn er 'potjes geld' genoeg waaruit een bijdrage gevraagd kan worden. De overheid biedt verschillende cofinancieringsmogelijkheden.

Hoe nu verder!

De oogst van de avond bestaat uit een aantal prachtige ideeën, die nu samen met een aantal professionals van de HR Groep, de ontwikkelaar van het wandelnetwerk, en Arjan Bakker verder uitgewerkt gaan worden tot bijzondere toeristische producten. Bedoeling is deze begin volgend jaar in de markt te zetten, tijdens de opening van het nieuwe wandelknooppuntennetwerk.

Ook een goed idee?

Ondernemers die willen aansluiten of die in een collectief met anderen al bezig zijn om toeristische producten te ontwikkelen en mee willen doen kunnen zich melden bij een van de gemeenten.

Jet de Lange (Zoeterwoude), Lia van Berkel (Kaag en Braassem), Diana Rooker (Alphen aan den Rijn) of Joost Bleijie (Nieuwkoop).