



gemeente
Haarlemmermeer

De leden van de gemeenteraad van Haarlemmermeer

Postbus 250
2130 AG Hoofddorp

Bezoekadres:
Taurusavenue 100
Hoofddorp
Telefoon 0900 1852

Cluster Samenleving, Sport en Cultuur
Inlichtingen Anne Botter, Martin Sulman
Telefoon 0900 1852

Uw brief
Ons kenmerk XS-25041702.1040

Bijlage(n) 4
Onderwerp Evaluatie beleid Toerisme, evenementen en promotie Haarlemmermeer
2020-2025

Verzenddatum

3 MAART 2026

Geachte heer, mevrouw,

Met deze brief informeren wij de raad over de evaluatie van het, in februari 2020 vastgestelde, beleid 'Toerisme, evenementen en promotie Haarlemmermeer 2020-2025' (2020.0000380), hierna te noemen 'dit/het beleid' en de ontwikkelingen die richting geven aan de toekomst van deze sector en aan de inzet op ons toeristisch beleid.

Achtergrond van het beleid

Dit beleid is het eerste integrale beleidskader voor toerisme, evenementen en promotie in Haarlemmermeer. Tot 2020 waren er afzonderlijke beleidsstukken voor evenementen en citymarketing. Toerisme omvat een groot scala aan onderwerpen, in onderstaande afbeelding (figuur 1) is de relatie van toerisme met verschillende beleidsterreinen in kaart gebracht. Met dit beleid zijn er relaties gelegd tussen de diverse beleidsdoelstellingen op het gebied van toerisme. De visies en ambities zijn samengevoegd tot een geïntegreerd toeristisch beleid, wat de samenhang tussen de verschillende beleidsterreinen en de toeristische waarde in zijn totaliteit versterkt. Binnen onze organisatie heeft toerisme inmiddels een vaste plek gekregen, en wordt meegenomen als aandachtspunt bij gebiedsontwikkelingen. De uitwerking van de onderwerpen vindt plaats in de genoemde beleidsdomeinen en bijbehorende beleidsnota's. Het beleid voor evenementen en promotie maakte onderdeel uit van dit beleid. In januari 2026 zijn de actualisatie van het verblijfsaccommodatiebeleid, nu logiesbeleid 'Logeer in Haarlemmermeer' (12852911) en het commerciële voorzieningenbeleid (12852922) door ons aan de raad verstuurd.



Figuur 1 Toerisme in relatie tot andere beleidsterreinen

In dit beleid zijn de volgende doelstellingen opgenomen:

- Het verbreden en ontwikkelen van het toeristische, recreatieve aanbod in Haarlemmermeer, zodat inwoners en bezoekers meer mogelijkheden hebben voor vrijetijdsactiviteiten. Zodat de inwoners profiteren van het toenemen van de recreatieve keuzemogelijkheden.
- Bezoekers worden via promotie verleid tot meer overnachtingen en om meer vrijetijdsactiviteiten te ondernemen in onze gemeente. Het bestaande aanbod gaan wij meer in de etalage zetten. Bestaande vrijetijdsvoorzieningen, de detailhandel en horeca profiteren van de toename van de bezoeken.
- Verruiming, verbreding en toevoeging kan alleen onder voorwaarde dat er aandacht is voor de leefbaarheid en ook voldoende capaciteit beschikbaar is van hulpdiensten op het gebied van evenementen.

Voor de uitvoering van de activiteiten binnen dit beleid is voor twee jaar een incidenteel budget van € 200.000 per jaar toegekend. Dit was voor de jaren 2021 en 2022. Dit kon worden gedekt uit de hoge opbrengsten van de toeristenbelasting. Voor het vervolg van dit beleid zijn geen middelen beschikbaar gesteld.

Trends en ontwikkelingen in de toeristisch recreatieve sector

De toerisme- en evenementensector hebben de afgelopen jaren belangrijke ontwikkelingen doorgemaakt. Na de coronacrisis heeft een sterk herstel van het toerisme plaatsgevonden. Zowel landelijk als regionaal wordt de komende jaren een sterke groei van verblijfs gasten verwacht, met een bovengemiddelde stijging in Noord-Holland tot 2035 (Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) Forecast 2035). Dit biedt kansen voor onze gemeente, maar vraagt ook om zorgvuldige sturing.

Per 2026 zijn zowel de toeristenbelasting in Haarlemmermeer als het landelijke btw-tarief op logies verhoogd. Deze maatregelen kunnen leiden tot hogere verblijfskosten en daarmee invloed hebben op bezoekersaantallen en verblijfsduur.

De provincie Noord-Holland richt zich in haar visie Recreatie & Toerisme 2030 op brede welvaart, maar heeft aangekondigd vanaf 2026 te bezuinigen op toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Dit kan gevolgen hebben voor bijvoorbeeld regionale monitoring, zoals het vakantiewoningonderzoek. Binnen de Metropoolregio Amsterdam wordt daarnaast gewerkt aan een herziening van het regionale spreidingsbeleid van bezoekers. Zij zal inzetten op bestemmingsmarketing in samenwerking met lokale en regionale partijen.

Landelijk gezien verschuift de focus naar brede welvaart: toerisme en recreatie worden steeds meer gezien als middel om leefbaarheid, gezondheid en sociale cohesie te versterken. Ook in Haarlemmermeer dragen recreatie, horeca, routes en evenementen bij aan de aantrekkelijkheid van kernen, investeringen in cultuur en natuur, en de kwaliteit van leven van inwoners. De volledige analyse van deze ontwikkelingen is opgenomen in bijlage 2.

Kwetsbaarheid van de sector

De coronacrisis heeft de toeristische en evenementensector ingrijpend geraakt en maakte zichtbaar hoe kwetsbaar deze sectoren zijn voor externe invloeden. Vooral regio's die sterk afhankelijk zijn van zakelijk verkeer en internationale bezoekers, zoals het gebied rondom Schiphol, herstellen moeizaam. Tijdens de coronacrisis daalde de hotelbezetting daar van circa 80% naar ongeveer 10%. Door blijvende veranderingen in zakelijk reizen, zoals de toename van digitaal vergaderen, blijft het herstel van de vraag naar hotelovernachtingen in dit segment achter. Tegelijkertijd blijkt dat mensen, ook in tijden van onzekerheid, veel behoefte houden aan ontspanning en buitenrecreatie. Vrijtijdsgedrag is blijvend, dit benadrukt de vraag naar recreatieve voorzieningen.

Uitvoering van het beleid

Het beleid is opgebouwd uit negen ontwikkelijnen, waarmee wij de afgelopen jaren gericht hebben gewerkt aan het versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod. Veel van deze lijnen hebben resultaten opgeleverd. In bijlage 1 wordt dieper ingegaan op de acties die per ontwikkelijn zijn uitgevoerd. Hieronder lichten wij enkele belangrijke resultaten toe.

Toerisme

Onder het toerismebeleid is de afgelopen jaren gewerkt aan verschillende ontwikkelijnen die het toeristisch-recreatieve aanbod voor inwoners en bezoekers versterken. Zo is het wandel- en fietsknooppuntennetwerk uitgebreid, zijn thematische wandel- en fietsroutes gerealiseerd en zijn toeristische overstappunten (TOP's) geplaatst waarmee het aanbod beter is ontsloten.

Ook is ingezet op het beleefbaar maken van cultuur en erfgoed. Het aantal verhalenpalen, onderdeel van het buitenmuseum van Stichting Haarlemmermeermuseum de Cruquius, is uitgebreid. Erfgoed blijft een belangrijk aandachtspunt. Daarnaast wordt gewerkt aan de verdere invulling van de visie op de Geniedijk (2009.0014576), waaronder de ontwikkeling van het Fort bij Aalsmeer tot een publiek toegankelijk aantrekkelijk attractiepunt. Lokale bewonersinitiatieven worden waar mogelijk ondersteund, zoals de plaatsing van historische informatieborden in Spaarndam.

Haarlemmermeer is een aantrekkelijke bestemming voor zakelijk toerisme dankzij de centrale ligging, Schiphol en het ruimte aanbod aan hotels en hoogwaardige congresfaciliteiten. Deze sector is nog herstellende van de coronacrisis. Desondanks is binnen deze lijn de positie van Haarlemmermeer versterkt en het lokale aanbod beter verbonden met de (inter)nationale markt, mede dankzij de structurele samenwerking met Convention Bureau Event Park Amsterdam (EPA). Dit heeft de zichtbaarheid van Haarlemmermeer als zakelijke bestemming vergroot en de samenwerking tussen aanbieders versterkt.

De komende jaren willen wij nog meer inzetten op het thema waterrecreatie. De uitvoering van de ambities uit de visie op de Ringdijk en Ringvaart (2017.0011195) draagt hier aan bij. Dit door het mede realiseren van rustplekken voor fietsers langs de Ringdijk en het aanleggen van passanten- en recreatiesteigers in de Ringvaart.

Promotiebeleid Visit Haarlemmermeer

Dankzij de uitvoering van het promotiebeleid door Visit Haarlemmermeer is er een versterkt netwerk ontstaan en staan wij dicht bij onze partners, onder andere via het overleg Haarlemmermeer & Partners, kennis- en netwerkborels en de Toerisme TOP Haarlemmermeer. Dit heeft geleid tot meer samenwerkingen en zichtbaarheid van Haarlemmermeer, zowel online

als offline, en dit betreft activiteiten die de komende jaren voortgezet kunnen worden zonder aanvullende middelen.

Wij maken gebruik van het leefstijlvindermodel om onze belangrijkste doelgroepen beter te begrijpen en bereiken. Onder de inwoners van Haarlemmermeer zijn stijlzoekers, plezierzoekers en inzichtzoekers goed vertegenwoordigd. Zie ook bijlage 3, voor uitleg over gebruik van dit leefstijlvindermodel. Via de online en offline campagnes op de kanalen van Visit Haarlemmermeer bereiken wij een groot deel van de doelgroep. Daarnaast zijn er ontwikkellijnen waar Visit Haarlemmermeer de komende jaren gericht op zal inzetten in promotie, zoals waterrecreatie.

Evenementenbeleid

Het huidige evenementenbeleid, dat onderdeel is van deze evaluatie, richt zich op het behouden, faciliteren en ontwikkelen van een divers evenementenaanbod. Waarbij wij het inzetten op kleine evenementen belangrijk vinden. Na de coronacrisis is het aantal evenementen sinds 2024 terug op het niveau van 2019, wat duidt op herstel van de sector. In 2025 heeft de NAVO-top effect gehad op het aantal evenementen. Nieuwe evenementenaanvragen konden niet op de evenementenkalender gezet worden voor de maanden juni, juli en augustus. Dit was op advies van de Veiligheidsregio Kennemerland.

De afgelopen jaren zijn lokaal georiënteerde evenementen gestimuleerd via subsidieregelingen en activiteiten in de dorpskernen. Daarnaast wordt onderzocht hoe kleinere evenementen gefaciliteerd kunnen worden. De afgelopen beleidsperiode is er aandacht gevestigd op inclusiviteit, in samenwerking met de Belangengroep Gehandicapten Haarlemmermeer, dit wordt ook door organisatoren opgepakt.

Een belangrijk onderdeel van het beleid was het opstellen van een afwegingskader, om bij schaarste aan middelen en locaties keuzes te kunnen maken om aan te kunnen sluiten op de doelstellingen. Gezien de beperkte capaciteit van evenemententerreinen en subsidiemogelijkheden was een kader relevant. In dit kader werd beperkt rekening gehouden met de beschikbaarheid van hulpdiensten. In de praktijk is dit kader nog niet in gebruik genomen. In eerste instantie viel de vraag naar evenementen weg door de coronacrisis, en zijn enkele kernevenementen weggefallen, zoals het Concours Hippique. De evenementenmarkt is herstellende maar van schaarste is nog geen sprake, hierdoor wordt het afwegingskader momenteel niet gebruikt. Tegelijkertijd neemt de druk op hulpdiensten toe, waardoor inzet bij evenementen niet altijd haalbaar is. In 2024 is vanwege gebrek aan capaciteit besloten dat er geen nieuwe evenementen toegelaten worden.

Daarnaast geven evenementenorganisatoren aan dat zij in toenemende mate te maken krijgen met aanvullende eisen en voorwaarden, wat het organiseren van evenementen complexer en kostbaarder maakt. Deze signalen zijn ook naar voren gekomen uit de vragenlijst die onder ondernemers is uitgezet (zie bijlage 4). Dit draagt bij aan de druk op de evenementenmarkt en de uitvoerbaarheid van evenementen, met name voor kleinere en lokaal georiënteerde initiatieven.

Toename impact van evenementen

De impact en veiligheidsrisico's van evenementen nemen toe. Lokale evenementen groeien steeds vaker uit tot evenementen met een regionale aantrekkingskracht. De laatste drie jaar laten een stabiel beeld zien van aantallen evenementen in de openbare ruimte. De indoorlocaties zoals Sugar Factory in Halfweg, Vanzantenhal in Nieuw-Vennep en Expo Greater Amsterdam in Vijfhuizen worden wél vaker ingezet voor publieksevenementen. Met de toenemende schaal en impact van evenementen groeit ook de vraag naar inzet van

veiligheidsdiensten. Deze vraagt overstijgt steeds vaker de beschikbare capaciteit, waardoor het organiseren en faciliteren van evenementen onder druk komt te staan.

Bevindingen uit onderzoek

Sinds de vaststelling van het beleid zijn er meerdere onderzoeken uitgevoerd om de toeristische positie van Haarlemmermeer in beeld te brengen. Uit deze onderzoeken blijkt dat de beleving van Haarlemmermeer als bestemming verbetert. Inwoners waarderen de vrijetijds mogelijkheden steeds hoger en bevelen onze gemeente vaker aan dan in 2022. Ook laat het landelijke onderzoek van het NBTC zien dat Hoofddorp een veel bezochte bestemming is. Daarnaast geven toeristische ondernemers aan dat Haarlemmermeer overwegend goed gepositioneerd is. Zij beoordelen met name de samenwerking binnen de sector en de zichtbaarheid van Visit Haarlemmermeer positief. Gezamenlijk bevestigen deze resultaten dat de toeristische positie van Haarlemmermeer zich de afgelopen jaren positief aan het ontwikkelen is.

Conclusie en vervolg

Uit deze evaluatie blijkt dat het huidige beleid voor toerisme en promotie de afgelopen jaren effectief is geweest. De bevindingen uit het onderzoek naar de toeristische positie van Haarlemmermeer bevestigen dit. Met de ontwikkelingen is gericht gewerkt aan het versterken van het toeristische-recreatieve aanbod en de zichtbaarheid van Haarlemmermeer. Veel acties binnen deze ontwikkelingen zijn inmiddels uitgevoerd, of in uitvoering, waarmee aantoonbaar stappen zijn gezet richting de gestelde doelen. Binnen de organisatie heeft toerisme ook een plek en aandacht gekregen binnen gebiedsontwikkelingen.

Tegelijkertijd laat de evaluatie zien dat het onderdeel evenementen aan actualisatie toe is. De toenemende impact en veiligheidsrisico's van evenementen in de Veiligheidsregio Kennemerland, in combinatie met de beperkte capaciteit van hulpdiensten zoals de politie, maken het noodzakelijk om het evenementenbeleid te herijken. Om ook in de toekomst weloverwogen keuzes te kunnen blijven maken, wordt in 2026 een actualisatie van het evenementenbeleid aan de raad voorgelegd, waarin visie en uitvoering nadrukkelijk met elkaar worden verbonden.

Het huidige beleid op toerisme en promotie blijft het uitgangspunt de komende jaren. Eind 2026 wordt een uitvoeringsplan aan de raad aangeboden met geactualiseerde en aangescherpte acties per ontwikkelingslijn. In dit uitvoeringsplan wordt inzichtelijk gemaakt welke acties kunnen worden voortgezet binnen de bestaande middelen van het recreatiebeleid en welke aanvullende maatregelen mogelijk zijn bij beschikbaarstelling van middelen voor toerisme. Zonder aanvullende middelen voor toerisme kunnen niet alle oorspronkelijke acties onder de ontwikkelingen worden voortgezet.

Wij verwachten u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

burgemeester en wethouders van de gemeente Haarlemmermeer,
de secretaris,

Herminke van Bockxmeer

de burgemeester,

Marianne Schuurmans-Wijdeven

Bronnen

Bureau BUITEN, Leefstijlvinder “Inzicht in vrijetijdswensen en doelgroepprofielen” via
<https://bureaubuiten.nl/kennis-en-expertise/leefstijlvinder/>

CELTH (april 2024), Brede welvaart “verbeteren: wat er moet gebeuren zodat de Drentse samenleving optimaal profiteert van recreatie & toerisme” via
https://www.celth.nl/uploads/2024/6/paper-brede-welvaart-drente-juni-2024_43206.pdf

Leefstijlvinder.nl “informatie over de Leefstijlvinder™ Vakantie en Vrije Tijd” via
<https://leefstijlvinder.nl/>

NBTC (2025), Forecast 2035 “Verwachting van het verblijfstoerisme in Nederland tot 2035” Via
<https://www.nbtc.nl/nl/site/download/download-nbtc-celth-forecast-2035-landelijke-prognose-nl?disposition=inline>

Rabobank (2023), “Hotels op goede locaties met een hoge reviewscore succesvoller” Via
<https://www.rabobank.nl/kennis/d011366296-hotels-op-goede-locaties-met-een-hoge-reviewscore-succesvoller>

Bijlage 01 evaluatie ontwikkellijnen

Onderstaand wordt per ontwikkellijn (waarbij enkele ontwikkellijnen zijn samengevoegd) weergegeven welke activiteiten in de afgelopen vijf jaar zijn uitgevoerd. Niet alle activiteiten worden hierbij afzonderlijk benoemd; de nadruk ligt op de belangrijkste resultaten en ontwikkelingen binnen de verschillende thema's van het toeristisch-recreatief beleid.

Ontwikkellijn 1 dagrecreatie, cultuur en historie

Ontwikkellijn 6 versterking beleving van het landschap

In de afgelopen jaren is gewerkt aan het vergroten van de diversiteit van thematische wandel- en fietsroutes binnen de gemeente, en daarbij zijn ook toeristische overstappunten (TOP) gerealiseerd. Wij hebben het wandel- en fietsknooppuntennetwerk uitgebreid. Hiermee is het aanbod voor inwoners en bezoekers verder verbreed en aantrekkelijker gemaakt. Daarnaast zijn er thematische fietsroutes door Haarlemmermeer gerealiseerd. Daarnaast is het aantal verhalenpalen uitgebreid, waardoor lokale verhalen, cultuur en geschiedenis op meer plekken zichtbaar en beleefbaar zijn. De verhalenpalen zijn onderdeel van het buitenmuseum van Stichting Haarlemmermeermuseum De Cruquius. In de afgelopen beleidsperiode is er aandacht besteed aan plannen voor Sugar City, wij blijven dit zien als een ontwikkelkans. Wij vinden het belangrijk erfoed te behouden en beleefbaar te maken. Daarnaast voeren wij gesprekken met de huurders van het Fort bij Aalsmeer om verder concrete invulling te kunnen geven aan de visie op de Geniedijk. Hierin is vastgesteld dat wij het Fort willen ontwikkelen tot een publiek toegankelijk attractiepunt, waarbij het een recreatieve, toeristische, culturele, educatieve en/of maatschappelijke functie krijgt. Ook ondersteunen wij initiatieven van lokale bewoners waar mogelijk. In 2026 zullen er op bewonersinitiatief historische informatieborden in Spaarndam geplaatst worden.

Ontwikkellijn 2 Recreatief winkelen

Op het gebied van recreatief winkelen zijn ontwikkelingen zichtbaar die relevant zijn voor het toeristisch-recreatieve aanbod. In 2019 stelde de raad het beleid *Commerciële voorzieningen: regels en ruimte* (2019.0057889) vast. In het eerste kwartaal van 2026 is dit beleid geactualiseerd en door het college aan de raad verstuurd. Dit biedt richting voor de ontwikkeling van onze winkelcentra, met aandacht voor ondernemerschap, kwaliteit en aantrekkelijk voorzieningenaanbod. Sindsdien zijn diverse gebiedsontwikkelingen een nieuwe fase ingegaan, zoals Hyde Park, Lincolnpark, Lisserbroek en Nieuw-Vennep West. Daarnaast zijn nieuwe strategische kaders vastgesteld, waaronder de Omgevingsvisie Haarlemmermeer 2040, de Economische Koers en de Visie Stadscentrum Hoofddorp 2040.

Daarnaast verandert de omgeving waarin onze winkelgebieden functioneren. De groei van online winkelen, inflatie en verschuivend consumentengedrag hebben invloed op het gebruik van winkelcentra. Ook horeca- en dienstverlenende functies ontwikkelen zich snel. In het masterplan voor Hoofddorp Centrum zijn toerisme en evenementen als aandachtsgebieden opgenomen.

Ontwikkellijn 3 PARK21

De komende jaren leggen wij PARK21, tussen Hoofddorp en Nieuw-Vennep, verder aan. PARK21 wordt een grootschalig groen- en recreatiegebied van ongeveer duizend hectare. Het heeft de ambitie om te voorzien in de lokale behoefte aan recreatiemogelijkheden, om stad en platteland samen te brengen en recreatieve en toeristische functies te ontwikkelen voor inwoners uit Haarlemmermeer, maar ook voor regionale en (inter)nationale bezoekers. Het bestemmingsplan is in 2023 vastgesteld door de raad. Doordat er beroep tegen dit besluit is aangetekend, wacht het bestemmingsplan op behandeling bij Raad van State. Tot aan 2030 leggen

wij naar verwachting de basisstructuur aan. Deelgebieden Parkhart-recreatieplas, Groot Vennep, Park-Evenementen en Polderlanden zijn onderdeel van deze basisstructuur en in ontwikkeling. De basisstructuur is een openbaar recreatief verblijfsgebied met een groenblauwe verbinding met een route voor langzaam verkeer tussen oost en west (van de A4 tot aan de Driemerenweg), een parkweg tussen Hoofddorp en Nieuw-Vennep en een aantal icoonprojecten als een recreatieplas, evenemententerrein en polderuiterwaarde. Dat is een lagergelegen gebied dat kan overstromen bij een teveel aan water in de Hoofdvaart (bijvoorbeeld door hevige neerslag). Naarmate de groenblauwe structuur vordert, leggen wij hierin ook bijvoorbeeld ruiters-, fiets-, en wandelpaden aan. Die verbinden wij met de routes elders in de gemeente.

De ontwikkeling van het park vindt voor een groot deel plaats in samenwerking met initiatiefnemers voor accommodaties en voorzieningen. Bij de verdere uitwerking van de plannen worden bewoners en ondernemers actief betrokken bij het meedenken over de inrichting. Een concreet voorbeeld hiervan is de komst van de thematische landbouwattractie 'Moes', een initiatief van lokale agrariërs. Dit concept sluit aan bij de identiteit van het gebied en versterkt de beleving van landbouw, voedsel en duurzaamheid binnen PARK21.

Ontwikkellijn 4 Zakelijk toerisme

Haarlemmermeer is een aantrekkelijke bestemming voor zakelijk toerisme dankzij de centrale ligging, de aanwezigheid van Schiphol, en het ruime aanbod aan hotels en locaties met hoogwaardige congresfaciliteiten. Binnen deze ontwikkellijn is de afgelopen jaren ingezet op het versterken van deze positie en het beter verbinden van het lokale aanbod met de (inter)nationale zakelijke markt.

Een belangrijke rol hierin speelt Convention Bureau Event Park Amsterdam (EPA), de samenwerkingsorganisatie die het zakelijke toeristische aanbod in Haarlemmermeer verbindt met de (inter)nationale vraag. Vanuit de middelen die beschikbaar waren voor het uitvoeren van het beleid is de afgelopen jaren structureel bijgedragen aan de activiteiten van EPA, waarmee onder meer de zichtbaarheid van Haarlemmermeer als zakelijke bestemming is vergroot en de samenwerking tussen aanbieders is versterkt.

De coronacrisis had een grote impact op de zakelijke toeristische markt. Congressen en evenementen vielen grotendeels stil, en hoewel het herstel zichtbaar is, heeft de sector zich nog niet volledig hersteld. Bedrijven en organisaties zijn over het algemeen kosten bewuster geworden, wat invloed heeft op de omvang en frequentie van zakelijke bijeenkomsten.

Hotelshuttles

Samen met Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Haarlemmermeer en Schiphol is gestaag doorgewerkt aan de ontwikkeling van een centraal zero emissie systeem voor hotelshuttles. De bereikbaarheid van Schiphol is bij dit systeem gebaat. Hotels onderschrijven de kracht van een gezamenlijk systeem. Inmiddels zijn er vergaande afspraken tussen de hotels, Schiphol en de gemeente om een contract af te sluiten met een vervoersbedrijf dat de elektrische hotelshuttledienst gaat invoeren. De verwachting is dat begin 2026 de samenwerkingsovereenkomst wordt vastgesteld, dat ertoe moet leiden dat de eerste elektrische deelbussen in 2027 gaan rijden.

Ontwikkellijn 5 Verblijfsaccommodatiebeleid

Het huidige verblijfsaccommodatiebeleid uit 2021 (2020.0002664), is in 2025 geëvalueerd. Elke vier tot vijf jaar bekijken wij of het beleid nog past bij de actuele situatie en waar actualisatie nodig is. Het resultaat is geen nieuw beleid, maar een verduidelijking en aanscherping van het bestaande beleid, met een nieuwe titel: 'Logeer in Haarlemmermeer! 2026–2030'. Dit geactualiseerde beleid is in het eerste kwartaal van 2026 door het college aan de raad verstuurd.

Nieuwe beleidskaders, zoals de Economische Koers (2024) en de Omgevingswet (2024), zijn hierin verwerkt. Daarnaast is het beleid op verschillende punten verduidelijkt en versimpeld door onder tekstuele aanpassingen.

De essentie van het logiesbeleid blijft ongewijzigd. De belangrijkste aanleidingen voor de actualisatie zijn:

- de vaststelling van onze Economische Koers 2024, waarmee wij sturen op kwaliteit, selectiviteit en diversificatie;
- de invoering van de Omgevingswet 2024, die nieuwe regels geeft voor bouwen en ontwikkelingen in de fysieke leefomgeving;
- tekstuele aanscherpingen en vereenvoudiging om het beleid toegankelijker en duidelijker te maken naar B1-niveau;
- aanhoudende veranderende marktsituatie (anno 2025 post-coronacrisis).

Ontwikkellijn 7 Waterrecreatie

Wij zijn aangesloten bij het Hollandse Plassen netwerk, een samenwerking van gemeenten in en rond het Groene Hart, waaronder Aalsmeer, Alphen aan den Rijn, De Ronde Venen en anderen. Het gebied bestaat uit een karakteristieke gordel van plassen, landschappen en historische dorpen en steden. Samen zetten wij in op duurzaam watersporttoerisme en stimuleren wij actief bewegen op en rond het water. Ook werken wij aan een goede spreiding van bezoekers en een balans tussen toerisme, inwoners en natuur. Hiervoor is een gezamenlijk uitvoerings- en marketingprogramma opgesteld.

Op het gebied van promotie is via de website van *Visit Haarlemmermeer* een themapagina water ingericht. Hier wordt het aanbod van waterrecreatie in de gemeente belicht, met onder andere artikelen over de pontjes en de passantensteigers. Dit aanbod ondersteunen en versterken wij, onder meer door te investeren in voorzieningen. Zo wordt er in 2026 een openbare kanosteiger gerealiseerd bij de kanovereniging in Hoofddorp en zijn de afgelopen jaren meerdere openbare steigers langs de Ringvaart aangelegd. En ondersteunen wij de Groene Stroomboot: een fiets- en voetgangerspont die vaart tussen Cruquius en Haarlem/Schalkwijk.

Ontwikkellijn 8 Evenementen

Het evenementenbeleid richt zich op het behouden, faciliteren en ontwikkelen van een divers aanbod aan evenementen. De gevolgen van de coronacrisis zijn voor veel ondernemers nog voelbaar. Sinds 2024 is het aantal evenementen echter weer terug op het niveau van 2019, wat een positief herstelbeeld laat zien. Tegelijkertijd zien wij dat er grotere onzekerheden zijn ontstaan bij de organisatoren. Verhoogde kosten, maar ook vraagverandering leiden tot aanpassing van evenementen. Voor vrijwilligersorganisaties is het moeilijk te voldoen aan de hogere eisen van professionaliteit van de organisatie en de daarmee samenhangende veiligheid- en verantwoordelijkheid. Wij hebben in de afgelopen jaren lokaal georiënteerde evenementen gestimuleerd via subsidieregelingen en initiatieven zoals sport- en cultuuractiviteiten in dorpskernen. Daarnaast worden er mogelijkheden onderzocht om kleine evenementen te faciliteren.

Onderdeel van dit beleid was het opstellen van een afwegingskader voor evenementen. Het doel was om een kader te creëren en een ambitieniveau vast te stellen waarbinnen de gemeente optimaal baat heeft van evenementen en waarbij prioriteiten gesteld kunnen worden bij het samenstellen van een evenwichtig, passend aanbod van grote en kleine evenementen. Een balans voor de gemeente en haar bewoners, bezoekers en ondernemers. Het afwegingskader is niet actief in gebruik genomen. Het kader zou moeten helpen om bij schaarste (subsidie/locaties/enz.) keuzes te kunnen maken welk evenement wel en welk evenement niet georganiseerd kan worden. Er was een groeiende vraag vanuit de MRA naar ruimte voor (grote en meerdaagse) evenementen. Tegelijkertijd is de capaciteit van de huidige evenemententerreinen in Haarlemmermeer en omgeving beperkt. Ook hierbij kan een afwegingskader helpen om keuzes te maken

welke evenementen toegevoegd kunnen worden. Het afwegingskader is niet actief in gebruik genomen door de coronacrisis. Tijdens de coronacrisis was er geen vraag naar evenementen, en zijn enkele kernevenementen helemaal weggevallen. Wij kunnen nu niet spreken van schaarste in zin de van subsidies en locaties, en gebruiken dit kader dus niet. Een tweede beperking van het aantal grootschalige evenementen komt voort uit de middelen van de gemeentelijke handhaving en de Veiligheidsregio Kennemerland. De inzet van bijvoorbeeld politie wordt steeds knellender, het gebrek aan capaciteit zorgt ervoor dat evenementen moeilijk doorgang kunnen vinden.

Toename impact van evenementen

De impact en veiligheidsrisico's van evenementen nemen toe. Lokale evenementen groeien steeds vaker uit tot evenementen met een regionale aantrekkingskracht. Hierdoor staat het kleinschalige karakter van 'ons kent ons' onder druk. De laatste drie jaar laten een stabiel beeld zien van aantallen evenementen in de openbare ruimte. De indoorlocaties zoals Sugar Factory, van Zantenhal en Expo Greater Amsterdam worden wél vaker ingezet voor publieksevenementen. Met de toenemende schaal en impact van evenementen groeit ook de vraag naar inzet van veiligheidsdiensten. Deze vraagt overstijgt steeds vaker de beschikbare capaciteit, waardoor het organiseren van faciliteren van evenementen onder druk komt te staan.

Toekomst

Gezien de toenemende impact en veiligheidsrisico's, en de beperkte capaciteit van veiligheidsdiensten, zoals de politie, is het huidige evenementenbeleid toe aan actualisatie. Om ook in de toekomst weloverwogen keuzes te kunnen blijven maken, wordt in 2026 een actualisatie van het evenementenbeleid aan de raad voorgelegd.

Ontwikkellijn 9 promotie

Het promotiebeleid wordt uitgevoerd door *Visit Haarlemmermeer*. In de afgelopen jaren is gewerkt aan het vergroten van de zichtbaarheid en naamsbekendheid van Haarlemmermeer, met een nadruk op inwoners en de regionale markt. In 2022 is er een nieuwe, meertalige website gelanceerd, voorzien van een vernieuwde huisstijl.

Binnen de promotiestrategie is sterk ingezet op samenwerking met partners en lokale ondernemers die werkzaam zijn in de toerisme en recreatiesector, waaronder Event Park Amsterdam (EPA) en Koninklijke Horeca Nederland (KHN). Twee keer per jaar worden gezamenlijke kennis- en netwerkbijeenkomsten georganiseerd. In 2024 vond de eerste Toerisme- en Recreatie TOP plaats, in februari 2026 vindt de tweede editie plaats. Via het overleg Haarlemmermeer & Partners wordt de samenwerking binnen de sector verder versterkt.

Door het jaar heen worden thematische campagnes uitgevoerd met een regionale insteek. Daarnaast zijn in 2023, 2024 en 2025 fotowedstrijden georganiseerd, met exposities van ingezonden werk op diverse locaties. *Visit Haarlemmermeer* organiseert ook een jaarlijks relatie evenement tijdens Mysteryland en voert pilots uit gericht op de ontwikkeling van nieuwe toeristische arrangementen. In 2025 is er door *Visit Haarlemmermeer* een relatie-evenement georganiseerd tijdens Sail Amsterdam.

Met deze activiteiten is een stevige basis gelegd voor de verdere profilering van Haarlemmermeer als aantrekkelijke en veelzijdige bestemming voor inwoners, bezoekers en ondernemers.

Bijlage 02 ontwikkelingen in de sector

Ontwikkelingen in de sector sinds 2020

De toerisme- en evenementensector is voortdurend in beweging. Sinds het vaststellen van dit beleid heeft de sector belangrijke veranderingen doorgemaakt, onder andere door de effecten van de coronacrisis en de daaropvolgende herstelperiode. Hieronder worden de belangrijkste ontwikkelingen sinds 2020 beschreven, evenals de gevolgen hiervan voor het beleid van onze gemeente. Hierbij kijken wij naar lokale, regionale en landelijke ontwikkelingen.

Gevolgen coronacrisis

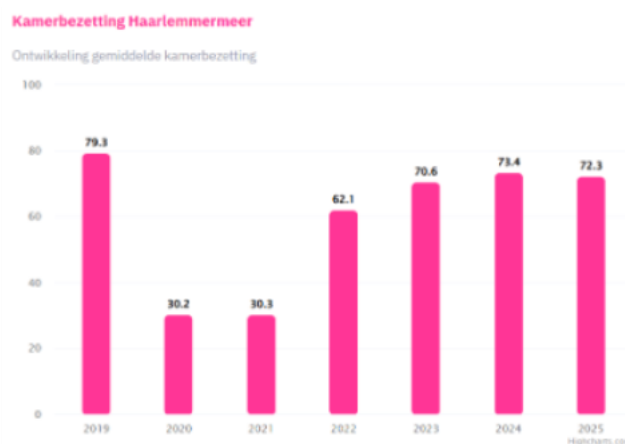
De coronacrisis heeft de toeristische en evenementensector langdurig geraakt. Vooral regio's die sterk afhankelijk zijn van zakelijk verkeer en internationale bezoekers, zoals het gebied rondom Schiphol, herstellen moeizaam. De hotelbezetting daalde tijdens de pandemie van ongeveer 80% naar 30%. Door structurele veranderingen in zakelijk reizen, waaronder de toename van digitaal vergaderen, blijft de vraag naar hotelovernachtingen achter.

Volgens onderzoek van Rabobank herstellen met name hotels in de omgeving van Hoofddorp minder goed, door zowel een groter aanbod van hotels, als de verwachte afname van het aantal vluchten op Schiphol. Deze ontwikkelingen drukken op de lokale economie en vragen om blijvende aandacht binnen het toeristisch verblijf.

Onderstaande grafieken laten het aantal overnachtingen, en de kamerbezetting in Haarlemmermeer zien van 2019 tot 2024 en-voorlopig 2025. Hieruit blijkt dat de hotelbezetting herstellende is na het dal van 2020/2021. Wel ligt de bezetting nog onder het niveau van vóór de coronacrisis (2019).



Figuur 2 Ontwikkeling aantal overnachtingen op basis van de 31 hotels die aangesloten zijn op VisitorData (Oktober 2025)



Figuur 3 Kamerbezetting Haarlemmermeer op basis van de 31 hotels die aangesloten zijn op VisitorData (Oktober 2025)

Toeristenbelasting

Haarlemmermeer hanteert voor de toeristenbelasting een percentage van de overnachtingsprijs. Met ingang van 2026 is het tarief voor de toeristenbelasting in onze gemeente verhoogd met 10%. Het percentage stijgt daarmee van 6,29% naar 6,92% van de kamerprijs. De raad heeft besloten deze maatregel te nemen om meer inkomsten te ontvangen via de toeristenbelasting, zodat er minder bezuinigingen nodig zijn op andere beleidsdoelen van de gemeente. Veel omliggende gemeenten hebben de toeristenbelasting verhoogd. De meeste gemeenten hanteren een vaste prijs per bezoeker, per nacht.

Verhoging btw-tarief op logies

Daarnaast, is met ingang van 2026 het landelijke btw-tarief op logies verhoogd van 9% naar 21%. Een mogelijk gevolg van deze verhoging zijn hogere kosten voor overnachtingen, en een mogelijk effect op de verblijfsduur en uitgaven van bezoekers.

Groei in aantal verblijfsgasten

Uit de forecast 2035 van het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) blijkt dat wij in Nederland in 2035 24% meer verblijfsgasten verwachten ten opzichte van 2023, dat is een gemiddelde groei van +1 miljoen per jaar. Het aantal binnenlandse gasten neemt toe met 13%, naar 33 miljoen. In onderstaande tabel (figuur 4) is te zien dat in Noord-Holland een groei van 37% verwacht wordt, naar 21,1 miljoen verblijfsgasten in 2035. Hiervan zijn 6.1 miljoen verblijfsgasten binnenlandse gasten.

Ontwikkeling aantal verblijfsgasten naar herkomstregio en -land voor de provincie Noord-Holland (x 1.000)						
	2019	2023	2030	2035	2023-35 toename	2023-35 evolutie
Totaal provincie	15.542	15.449	19.108	21.144	5.695	37%
Binnenlands toerisme	4.827	5.276	6.014	6.208	932	18%
Inkomend toerisme	10.715	10.173	13.094	14.936	4.763	47%
Europa	7.479	7.265	9.022	10.088	2.823	39%
Duitsland	2.063	2.193	2.404	2.470	277	13%
België	430	487	621	670	183	38%
Verenigd Koninkrijk	1.754	1.390	1.603	1.923	533	38%
Frankrijk	630	618	824	922	304	49%
Overig Europa	2.602	2.577	3.571	4.104	1.527	59%
Spanje	369	529	715	973	444	84%
Italië	462	391	557	690	299	76%
Noord & Zuid Amerika	1.825	1.789	2.228	2.406	617	34%
Azië	1.072	797	1.371	1.832	1.035	130%
Overige continenten	339	322	472	610	288	90%

Figuur 4 Ontwikkeling aantal verblijfsgasten in Noord-Holland uit de NBTC Forecast 2035

Provincie Noord-Holland visie recreatie en toerisme 2030

In 2021 heeft de provincie Noord-Holland de visie recreatie en toerisme 2030 gepresenteerd. Met als ambitie: heel Noord-Holland profiteert van recreatie en toerisme. Dit betekent dat de sector niet alleen bijdraagt aan de economie en de werkgelegenheid, maar ook aan leefbaarheid, behoud van cultuur en natuur en preventieve gezondheidszorg. Investerings in recreatie en toerisme leveren zo een directe meerwaarde op voor het welzijn en de welvaart van inwoners en ondernemers.

De provincie Noord-Holland ziet vier opgaven voor het bereiken van haar ambitie:

1. Toenemende druk op natuur, landschap en omgeving.
2. Toenemende en veranderende vraag van recreanten en toeristen.
3. Toeristisch-recreatief aanbod versterken.
4. Optimaal benutten van het bestaande aanbod: goed verbonden en bereikbaar netwerk.

De provincie Noord-Holland ziet dat de recreatiebehoefte onder eigen inwoners groeit. Wij zien provinciaal en landelijk dat het zwaartepunt verschuift en de primaire aandacht naar de eigen inwoners gaat. Daarnaast zien wij dat ook op provinciaal niveau de toegevoegde waarde van het toerisme verschuift. De waarde wordt steeds meer uitgedrukt in het kader van de toevoeging aan de brede welvaart, en niet enkel de economische waarde.

Provinciale bezuinigingen

Volgens de huidige prognoses zal het aantal verblijfsgasten in Noord-Holland de komende jaren toenemen. Ondanks dit, en het vastgestelde beleid, hebben Provinciale Staten aangekondigd vanaf 2026 te bezuinigen op toerisme- en recreatieontwikkelingen, vanwege bezuinigingsdoelstellingen en een bredere focus op natuurdoelstellingen. Hierdoor vervalt de structurele provinciale bijdrage van €600.000 voor toeristisch-recreatieve ontwikkeling.

Dit kan onder andere gevolgen hebben voor:

- De uitvoering van de Visie Recreatie & Toerisme 2030, die gericht is op duurzame spreiding van bezoekers;
- Onderzoek en monitoring van bezoekersstromen, trends en effecten, zoals bijvoorbeeld het vakantiewoningenonderzoek;
- De kracht en continuïteit van de Provinciale Raad voor Recreatie en Toerisme.
- Routeontwikkeling en onderhoud, zoals fiets-, vaar- en wandelnetwerken, inclusief het op te richten Routeplatform.
- De inzet voor regionale afstemming voor toerisme in de Metropool Regio Amsterdam.

De provincie Noord-Holland speelt in het toeristisch-recreatieve beleid een coördinerende rol door het overzicht te behouden, partijen met elkaar te verbinden en te streven naar een balans tussen economische ontwikkeling, leefbaarheid en duurzaamheid.

Naar aanleiding van de aangekondigde bezuinigingen hebben 29 gemeenten, elf destiniemmarketingorganisaties en diverse maatschappelijke partners, waaronder onze gemeente, een gezamenlijke brief ondertekend waarin zij waarschuwen voor mogelijke negatieve effecten op de sector.

Metropoolregio Amsterdam (MRA)

In 2024 is de Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025 na een herijking opnieuw vastgesteld. In de MRA wordt de komende jaren een sterke groei verwacht van bezoekers. Er zijn zorgen over de negatieve impact van toerisme op de leefbaarheid van inwoners. Met name voor Amsterdam is het indammen van het groeiend aantal overnachtingen een speerpunt van het beleid. De komende jaren wordt gestreefd naar een aantrekkelijke en bewuste toeristische bestemming die hoge kwaliteiten weet te behouden en waardevolle bezoekers weet te trekken. Met als doel om de positieve impact te vergroten en de negatieve impact te verlagen.

Het programma Amsterdam Belevén, Holland Zien (ABHZ) is een programma dat al sinds 2009 wordt uitgevoerd binnen de MRA. Het programma is bedoeld om internationale toeristen vanuit het centrum van Amsterdam te spreiden naar de regio. Eind 2024 liep de vierde periode van ABHZ af. Naar aanleiding hiervan is het programma geëvalueerd. Uit deze evaluatie is gebleken dat het programma ABHZ geen vervolg gaat krijgen in de huidige vorm. Het oorspronkelijke concept is ingehaald door de ontwikkelingen in het toerisme én in de uiteenlopende belangen, visies en doelstellingen van de lokale en regionale stakeholders. 2026 wordt gebruikt als overbruggingsjaar terwijl het vervolg van ABHZ vormgegeven wordt. De MRA verschuift daarbij de focus naar bestemmingsmanagement, met meer aandacht voor lokale ontwikkeling en gerichte promotie in samenwerking met Amsterdam & Partners. Er wordt onder andere onderzoek gedaan naar de mogelijkheden om organisaties en bedrijven meer geïnteresseerd te krijgen en te verleiden zich niet in Amsterdam te vestigen, maar toeristische ruimte binnen de regio beter te benutten.

Gemeente Amsterdam

De gemeente Amsterdam komt aankomend jaar met het uitvoeringsprogramma bezoekerseconomie 2026. Dit is een doorvertaling van de visie bezoekerseconomie 2035. Wij weten nog niet welke maatregelen er in dit uitvoeringsprogramma benoemd zijn. Maatregelen die de gemeente Amsterdam gaat nemen kunnen impact hebben op het toerisme in Haarlemmermeer. In de 1 december brief zijn ter uitvoering van de Verordening op toerisme in balans Amsterdam al vier nieuwe maatregelen benoemd:

1. Stapsgevijs verhoging toeristenbelasting tot 2030;
2. Aanvullen vastgoedfonds;
3. Doorpakken met vergunningplicht toeristische detailhandel;
4. Aanpak dagbezoekers.

Verschuiving naar brede welvaart

Zowel op landelijke als provinciale schaal is een duidelijke verschuiving zichtbaar in de manier waarop naar toerisme wordt gekeken. Waar de sector voorheen vooral werd beoordeeld op haar economische bijdragen, zoals werkgelegenheid en bestedingen, staat tegenwoordig ook de sociaal-maatschappelijke impact steeds vaker centraal.

In dit bredere perspectief wordt gekeken naar de bijdrage van toerisme en recreatie aan de kwaliteit van leven van inwoners. De sector ondersteunt bijvoorbeeld het behoud van voorzieningen, draagt bij aan de instandhouding van cultureel erfgoed en versterkt de aantrekkelijkheid van steden en dorpen als vestigingslocatie. Daarnaast zorgt een hoogwaardige toeristisch-recreatieve infrastructuur, zoals onder andere fiets- en wandelroutes, niet alleen voor een betere bezoekerservaring, maar ook voor een gezonde leefstijl van inwoners. Dit kan op de lange termijn zelfs een gunstig effect hebben op zorgkosten. Hier staat tegenover dat toerisme ook tot overlast kan leiden. In Haarlemmermeer ondervinden wij over het algemeen geen overlast van toerisme.

De provincie Noord-Holland en veel gemeenten sluiten aan bij deze ontwikkeling door toerisme en recreatie in te zetten en te positioneren als een middel voor brede welvaart. Daarmee wordt de sector steeds meer gezien als een partner bij maatschappelijke opgaven op het gebied van leefbaarheid, duurzaamheid en welzijn, naast de blijvende economische betekenis.

Invloed op de fysieke leefomgeving

Onderzoek van CELTH (2024) laat zien dat toerisme en recreatie directe invloed hebben op de beleving van inwoners in hun eigen omgeving:

- Toeristisch-recreatieve voorzieningen en horeca zijn toegankelijk voor inwoners en verhogen de kwaliteit van leven.
- Behoud en toegankelijk maken van cultuur, erfgoed en natuur.
- Mogelijke stimulans voor investeringen in cultuur, natuur en infrastructuur.
- Bevordering van variatie en kwaliteit in het lokale winkel- en dienstenaanbod.
- Recreatievoorzieningen die goed aansluiten bij de behoeften van inwoners zijn van directe waarde en spelen zelfs een rol bij de keuze voor een woonbestemming.

Sociale invloed

Naast economische en fysieke effecten heeft de sector een sociale impact.

- Bijdrage aan gevoel van veiligheid, door inrichting van de openbare ruimte op bezoekersstromen. Hier staat tegenover dat té veel drukte een gevoel van onbehagen voor bewoners en bezoekers kan geven. Dit is in Haarlemmermeer niet het geval, wel op andere toeristische locaties in de regio, zoals Amsterdam en de Zaanse Schans.

- Versterking van regionale identiteit en gevoel van trots onder de inwoners.
- Recreatie en toerisme zorgen voor ontmoetingen, nieuwe inzichten, creativiteit en ontspanning, wat essentieel is voor welzijn.
- Draagt bij aan inclusieve werkgelegenheid voor mensen met diverse achtergronden, leeftijden en opleidingsniveau.

Invloed op gezondheid

Daarnaast heeft toerisme en recreatie ook een gezondheidswaarde:

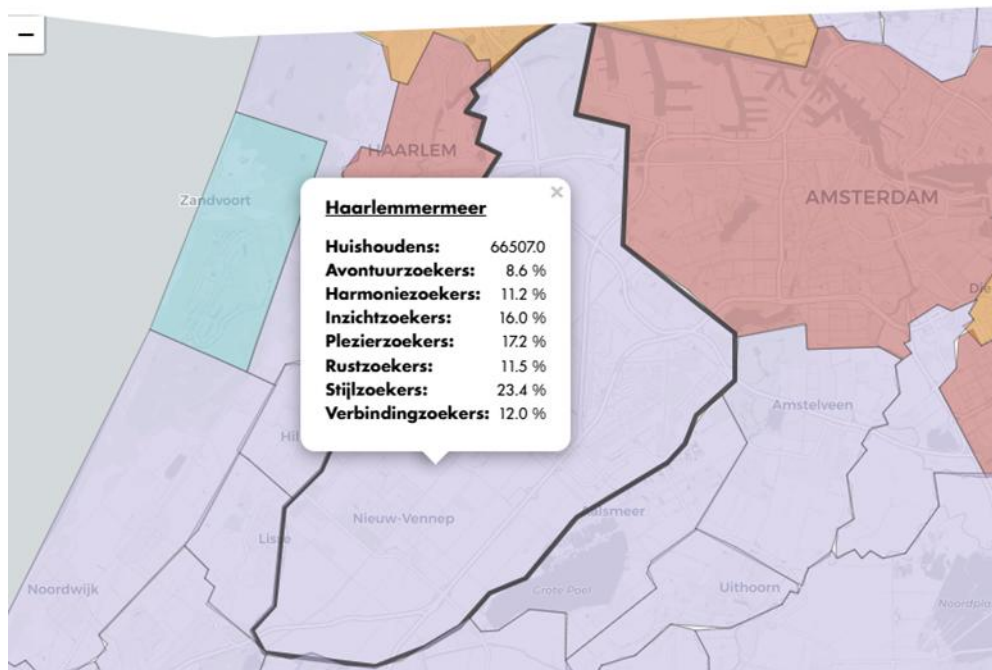
- Recreatie in een groene omgeving heeft een bewezen positief effect op zowel fysieke als mentale gezondheid.
- Een beweegvriendelijke omgeving, met veilige fietspaden, wandelroutes, sport- en speelvoorzieningen en nabijheid van groen en water, stimuleert inwoners om actief en gezond te leven.

Bijlage 03 leefstijlvinder model

De leefstijlvinder is een model dat is ontwikkeld door MarketResponse Marktvinders, in samenwerking met acht provincies. Hieruit zijn zeven leefstijlen naar voren gekomen. Deze leefstijlen laten zien waar mensen in hun vrije tijd of op vakantie behoefte aan hebben. En wat de verschillen hierin zijn. De één wil namelijk rust en regelmaat, de ander juist drukte en sensatie. Wij weten niet alleen hoe deze leefstijlen eruitzien, wij weten ook waar in Nederland zij wonen. Welke groepen wonen er in jouw regio? Wat zijn hun wensen en hoe kan je hen het beste bereiken? Dat zijn de vragen waar de Leefstijlvinder antwoord op geeft. De leefstijlvinder geeft inzicht in vrijetijdswensen van verschillende doelgroepen. Leefstijlen gaan een stap verder dan de traditionele indeling van doelgroepen gebaseerd op demografische kenmerken zoals leeftijd, inkomen en huishoudenssamenstelling.

De zeven leefstijlen zijn:

- **Avontuurzoekers:** Deze avontuurlijke en creatieve recreanten doen lekker hun eigen ding. Ze zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling. Ruimdenkendheid is de karaktertrek van de avontuurzoeker.
- **Inzichtzoekers:** Inspirerende en rustige activiteiten zijn het domein van deze groep. De over het algemeen iets oudere inspiratiezoeker heeft weer tijd voor zijn interesses én: wil blijven meedoen in de wereld. Dingen leven en ervaren willen ze, in de natuur en met culturele activiteiten. Het liefst alleen, of in klein gezelschap.
- **Harmoniezoekers:** Het draait maar om één woord bij deze groep: als het maar gezellig is. Vrije tijd is tijd die ze dan ook graag met hun gezin, familie of vrienden doorbrengen. En ze zijn pas echt blij als iedereen in het gezelschap tevreden is. Lekker winkelen, een pretpark bezoeken of juist ontspannen in de sauna; de combinatie van gezelligheid en rustig aan doen past perfect bij deze groep.
- **Rustzoekers:** Deze doelgroep houdt recreatie graag letterlijk en figuurlijk dichtbij huis. Lekker in Nederland blijven ze, het hoeft allemaal niet zo gek voor de rustzoekers.
- **Plezierzoekers:** Van attractiepark tot festivals, plezier hebben, dat is recreëren voor deze groep. Gekke dingen doen en vermaakt worden. Feesten, de holt op met een groep vrienden, daar maak je ze gelukkig mee.
- **Stijlzoekers:** wellnesscenters, een sportwedstrijd bezoeken of slapen in een mooi hotel; dat is de wereld van deze groep. Het zijn zelfverzekerde en doelgerichte recreanten. Verwend worden en genieten van exclusiviteit past voor hen bij vakantie.
- **Verbindingszoekers:** Er zijn voor elkaar, dat is niet meer dan normaal voor de verbindingszoekers. In hun vrije tijd zetten zij zich daarom graag in voor anderen, met vrijwilligerswerk of in een vereniging.



Figuur 5 Verdeling van leefstijlen naar huishoudens in Haarlemmermeer via de Leefstijlvinder

Wij richten ons op de drie veelvoorkomende leefstijlen in onze gemeente, dit zijn de stijlzoekers (23,4%) de plezierzoekers (17,2%) en de inzichtzoekers (16,0%).

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)

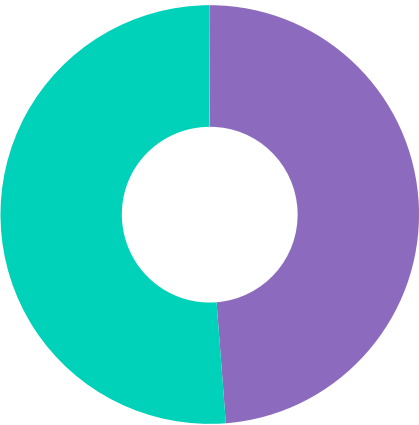


Sectie 1

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



Reactiestatus



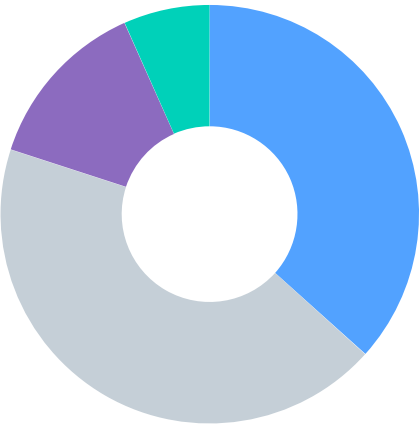
Observaties

Totaal

- Niet geantwoord
- Geweigerd
- Incomplete
- Complete

41
0.0%
0.0%
48.8%
51.2%

Hoe bekend bent u met het beleid Toerisme, Evenementen en Promotie Haarlemmermeer 2020–2025?



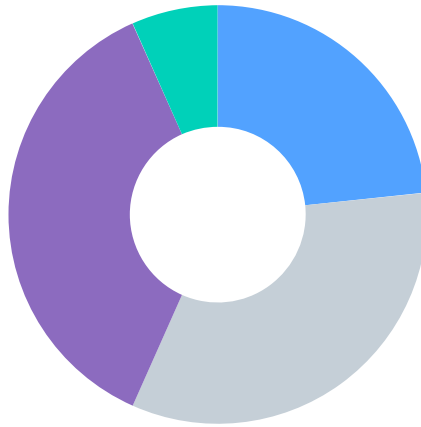
Observaties

Totaal

- Zeer bekend
- Redelijk bekend
- Nauwelijks bekend
- Helemaal niet bekend

30
36.7%
43.3%
13.3%
6.7%

In welke mate sluit het huidige beleid aan bij de behoeften van uw onderneming?



Observaties

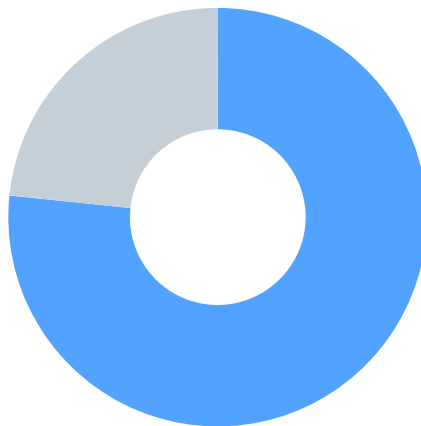
Totaal

30

- Heel goed
- Redelijk goed
- Matig
- Helemaal niet

23.3%
33.3%
36.7%
6.7%

Hoe belangrijk vindt u het dat de gemeente, beleid heeft op het gebied van toerisme, evenementen en promotie?



Observaties

Totaal

30

- Heel belangrijk
- Redelijk belangrijk
- Matig
- Helemaal niet belangrijk

76.7%
23.3%
0.0%
0.0%

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?



Observaties
Totaal

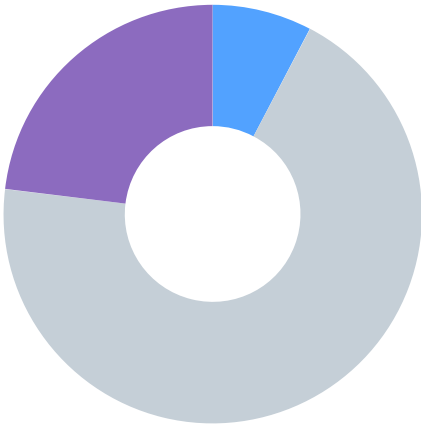
30

Sectie 2

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



Hoe beoordeelt u het huidige aanbod aan vrijetijdsactiviteiten in Haarlemmermeer (routes, erfgoed, waterrecreatie, cultuur, natuur, recreatie, commerciële voorzieningen, enz.)?



Observaties

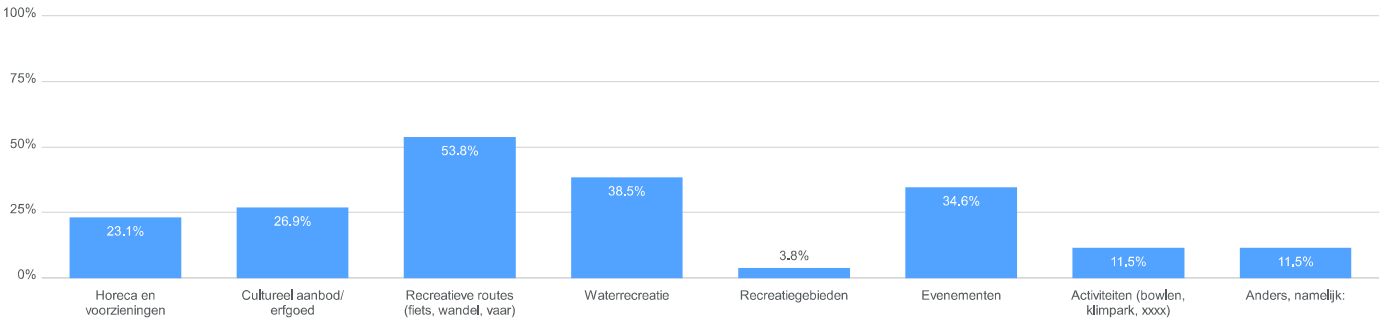
Totaal

- Zeer goed
- Goed
- Matig
- Onvoldoende

26

7.7%
69.2%
23.1%
0.0%

Waar ziet u nog de meeste behoefte aan uitbreiding of verbetering? (meerdere antwoorden mogelijk)



Observaties

Totaal

26

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?



Observaties
Totaal

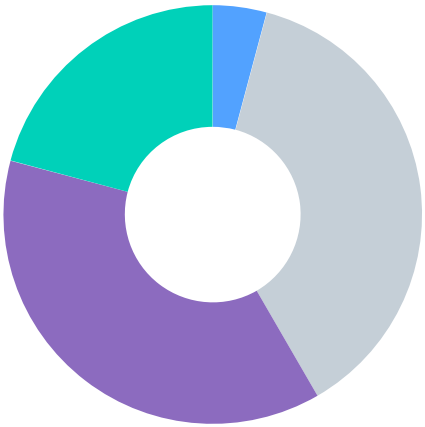
26

Sectie 3

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



Hoe ervaart u het huidige het evenementenaanbod (de balans tussen kleine/lokale en grote evenementen)?



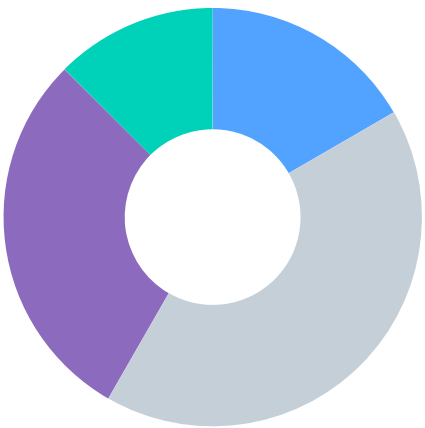
Observaties

Totaal

- Heel positief
- Positief
- Neutraal
- Negatief

24
4.2%
37.5%
37.5%
20.8%

Wordt u als ondernemer voldoende betrokken bij evenementen in Haarlemmermeer?



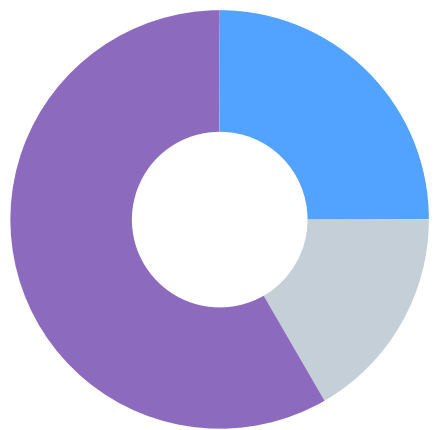
Observaties

Totaal

- Ja, altijd
- Soms
- Zelden
- Nooit

24
16.7%
41.7%
29.2%
12.5%

In hoeverre dragen evenementen bij aan extra omzet van uw bedrijf?



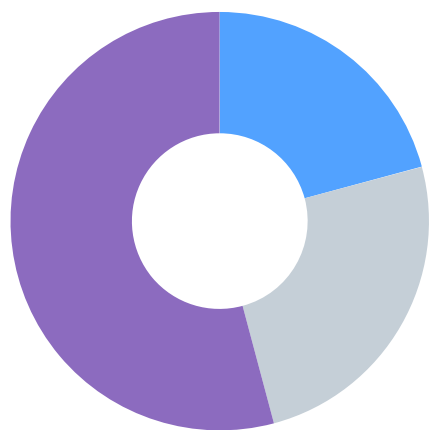
Observaties

Totaal

24

Sterk positief	25.0%
Enigszins positief	16.7%
Geen merkbaar effect	58.3%
Negatief effect	0.0%

In hoeverre dragen evenementen bij aan de zichtbaarheid van uw bedrijf?



Observaties

Totaal

24

Sterk positief	20.8%
Enigszins positief	25.0%
Geen merkbaar effect	54.2%
Negatief effect	0.0%

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?



Observaties

Totaal

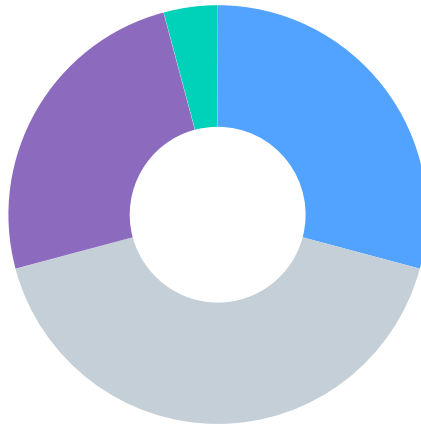
24

Sectie 4

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



Vindt u dat Haarlemmermeer goed gepositioneerd wordt als toeristische bestemming?



Observaties

Totaal

- Ja, zeer goed
- Redelijk goed
- Matig
- Onvoldoende

24

29.2%
41.7%
25.0%
4.2%

Waar onderscheid Haarlemmermeer zich in?

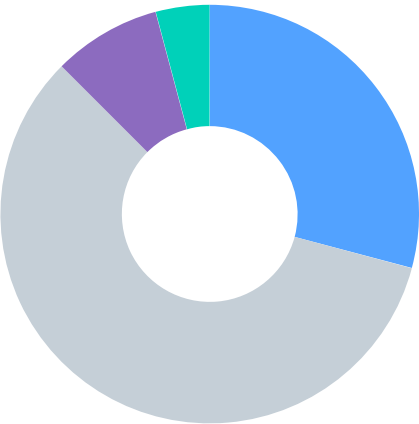


Observaties

Totaal

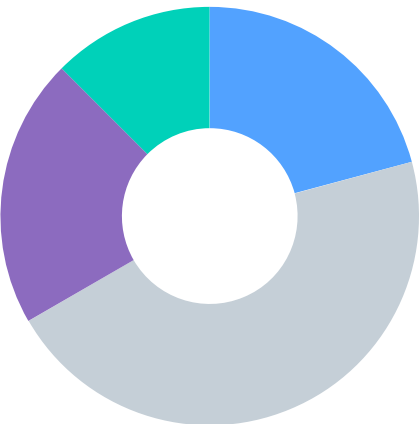
24

Hoe waardeert u de zichtbaarheid en effectiviteit van Visit Haarlemmermeer (website, socials, campagnes, nieuwsbrief, routes, promotiemateriaal, etc.)



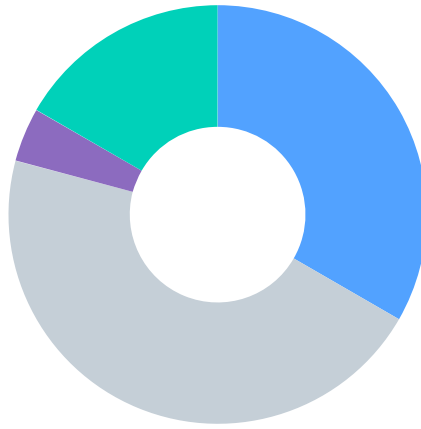
Observaties	
Totaal	24
• Zeer effectief	29.2%
• Redelijk effectief	58.3%
• Nauwelijks effectief	8.3%
• Helemaal niet effectief	4.2%

Heeft de promotie van Visit Haarlemmermeer bijgedragen aan meer bezoekers of klanten voor uw onderneming?



Observaties	
Totaal	24
• Ja, duidelijk merkbaar	20.8%
• Ja, enigszins	45.8%
• Nee, nauwelijks	20.8%
• Nee, helemaal niet	12.5%

Maakt u gebruik van de promotiematerialen van Visit Haarlemmermeer voor uw eigen bedrijf?



Observaties

Totaal

24

- Ja, vaak
- Soms
- Zelden
- Nooit

33.3%
45.8%
4.2%
16.7%

Welke soorten arrangementen zouden volgens u interessant zijn om te ontwikkelen? (denk aan combinaties van hotel, horeca, musea, natuur, etc.)



Observaties

Totaal

24

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?

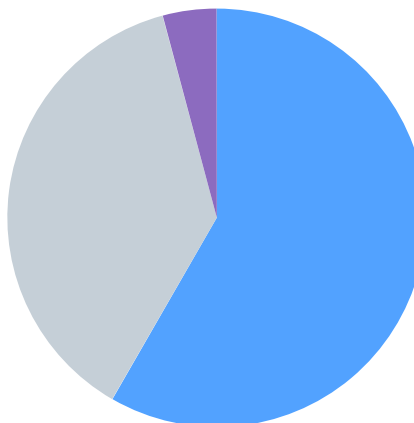


Observaties

Totaal

24

Bent u wel eens aanwezig geweest bij één van de kennis- en netwerkborrels van Visit Haarlemmermeer, Convention Bureau Event Park Amsterdam en KHN Haarlemmermeer?



Observaties

Totaal

24

● Ja, regelmatig

58.3%

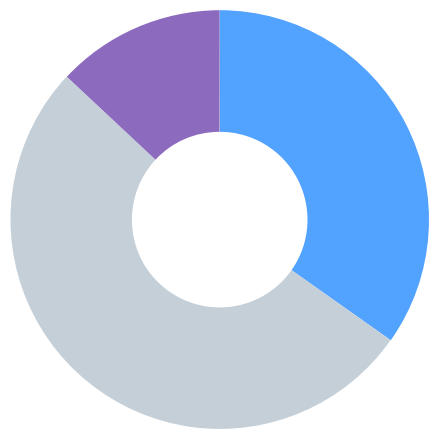
● Ja, een enkele keer

37.5%

● Nee, nog nooit

4.2%

Hoe ervaart u deze bijeenkomsten?



Observaties

Totaal

- Zeer positief
- Positief
- Neutraal
- Negatief

23
34.8%
52.2%
13.0%
0.0%

Wat vindt u waardevol aan deze bijeenkomsten?



Observaties

Totaal

20

Wat mist u of zou u graag anders zien in deze bijeenkomsten?



Observaties
Totaal

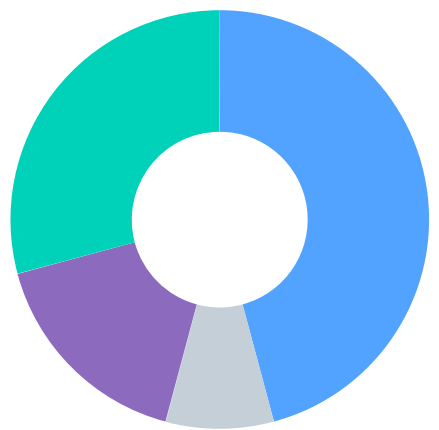
0

Sectie 5

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



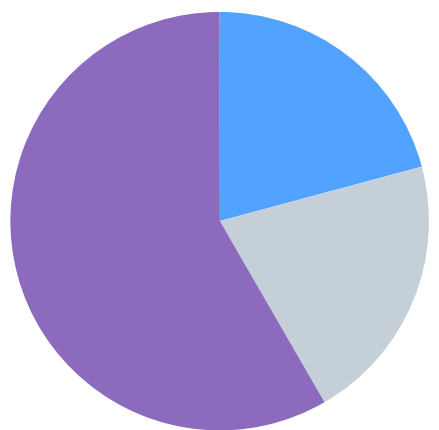
Bent u bekend met de werkzaamheden van Convention Bureau Event Park Amsterdam (EPA)?



Observaties

Totaal	24
Ja, goed bekend	45.8%
Ja, enigszins bekend	8.3%
Nee, nauwelijks bekend	16.7%
Nee, helemaal niet bekend	29.2%

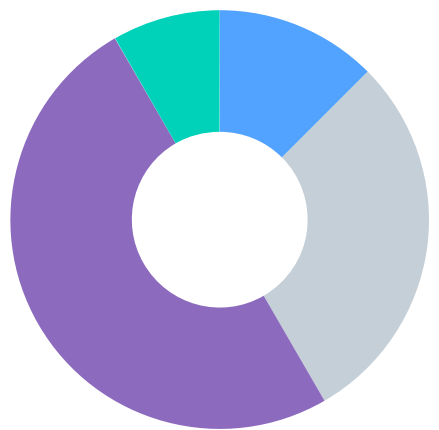
Werkt u wel eens samen met EPA?



Observaties

Totaal	24
Ja, regelmatig	20.8%
Ja, een enkele keer	20.8%
Nee, nog nooit	58.3%

Hoe ervaart u de rol van EPA in het aantrekken en faciliteren van zakelijk toerisme in Haarlemmermeer?



Observaties

Totaal

24

- Zeer positief
- Positief
- Neutraal
- Negatief

12.5%
29.2%
50.0%
8.3%

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?



Observaties

Totaal

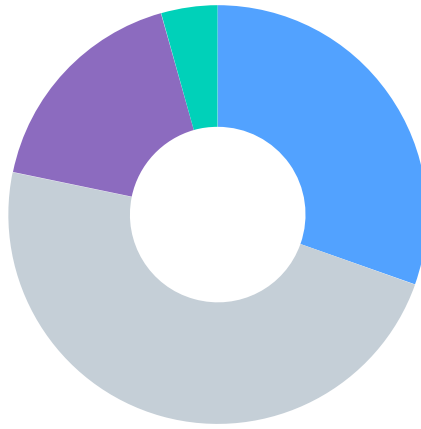
24

Sectie 6

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



Hoe ervaart u de balans tussen levendigheid (bezoekers, evenementen) en leefbaarheid (overlast, drukte)?



Observaties

Totaal

23

● Heel goed

30.4%

● Redelijk goed

47.8%

● Matig

17.4%

● Onvoldoende

4.3%

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?



Observaties

Totaal

23

Sectie 7

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



Welke trends of ontwikkelinge ziet u die belangrijk zijn voor toerisme en evenementen in de komende jaren?



Observaties

Totaal

21

Hoe gaat uw bedrijf om met deze ontwikkelingen?



Observaties

Totaal

21

Wat zou de gemeente volgens u de komende jaren moeten prioriteren om toerisme, evenementen en promotie te versterken?

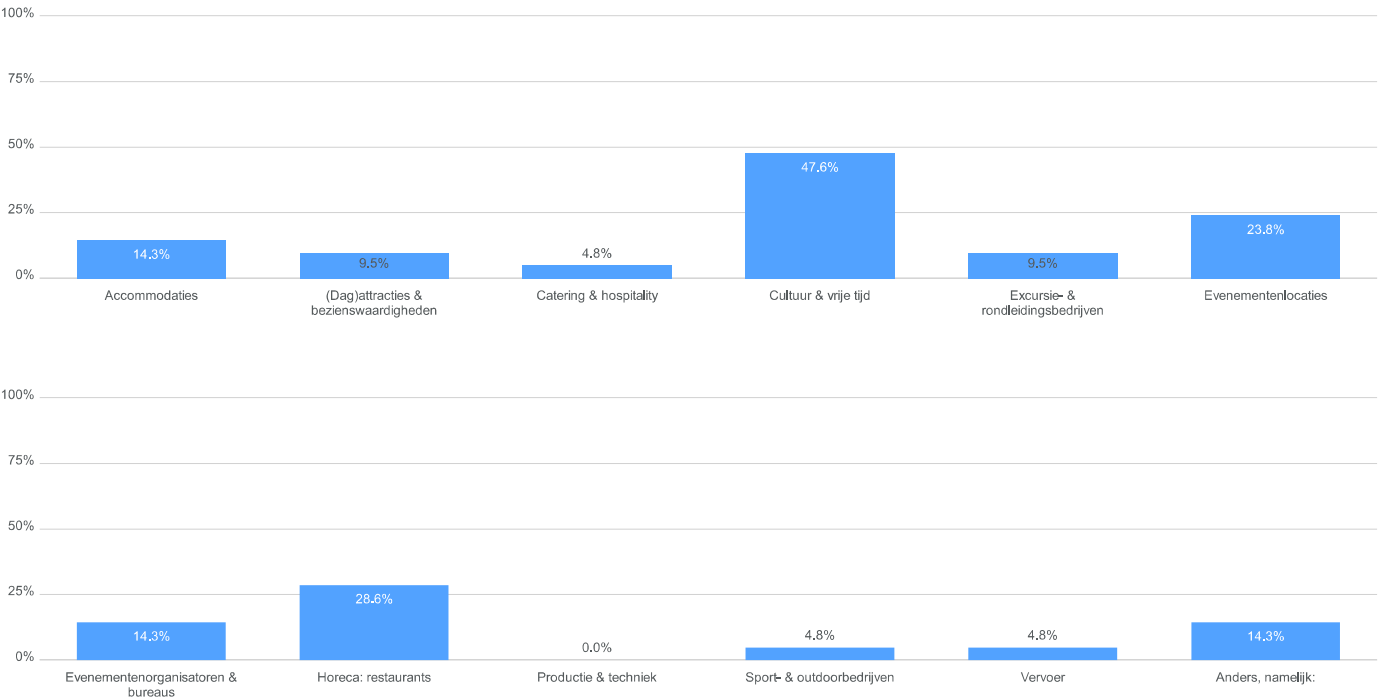


Observaties

Totaal

21

In welke categorie valt de hoofdactiviteit van uw bedrijf/organisatie?



Observaties

Totaal

Open antwoorden

Enquête voor ondernemers - Evaluatie toerisme, evenementen en promotiebeleid (2019-2025)



Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?

1. 18 Geen commentaar

2. IK VIND DAT DE GEMEENTE REDELIJK BELANGRIJK MET EVENEMENTEN OM GAAT. IK BEGRIJP DAT ZIJ NIET ALTIJD ALLE EVENEMENTEN HELEMAAL VOORAF AL GOED VINDEN. ALS JE ELK JAAR HETZELFDE EVENEMENT ORGANISEERT DAN MOET JE TOCH WEER LATEN WETEN WAT ER GAAT GEBEUREN EN DAT LIJKT MIJ NIET ECHT NODIG.

3. NA

4. wij werken graag mee aan versterken van toeristisch profiel van de gemeente Haarlemmermeer, op gebied van evenementen, maar ook met fiets- en vaarroutes, ook stelling van Amsterdam verdient bijzondere aandacht

5. misschien toch nog wat uitbreiding in bekendheid

6. We zijn blij als Haarlemmermeer meer aan promotie doet, met kanovaren als waterrecreatie hebben we ook wat te bieden voor de inwoners van de gemeente. Met onze kanoroutes kunnen dagjesmensen van buiten de gemeente ook genieten van de routes door de gemeente. Het zou mooi zijn als die routes bekendheid krijgen. Zo wie zo mooi als het enorme natuurgebied wat al het wat in Haarlemmermeer is meer aandacht krijg.

7. Nee, blij met de informatie en het initiatief

8. Veel meer samenwerken met Amsterdam ! ipv Haarlemmer promotie !!!

9. Mijn vertaalbureau is al meer dan 30 jaar gevestigd in de Haarlemmermeer. In het verleden werden wij als lokale expert op het gebied van meertalige communicatie wel betrokken bij het gemeentelijk beleid rond toerisme en promotie. Dat is de laatste jaren niet meer het geval en dat is zonde. De Haarlemmermeer is bij uitstek een internationale regio, met Schiphol als wereldwijde toegangspoort en talloze bedrijven en bezoekers uit alle windstreken. Meertaligheid is hier geen luxe, maar een essentieel onderdeel van gastvrijheid, communicatie en imago. Door lokale specialisten op dit vlak opnieuw te betrekken, kan de gemeente haar internationale uitstraling versterken en het lokale bedrijfsleven beter benutten.

10. Het is mij niet duidelijk (als ondernemer en burger) hoe wij goed geïnformeerd kunnen zijn van wat het beleid in houdt.

11. Ik vind een (nog) sterkere relatie en samenwerking tussen leisure en de zakelijke markt van wezenlijk belang.

12. Alles qua dynamiek pas bij de gemeente Haarlemmermeer

13. Bij vraag twee heb ik redelijk goed ingevuld maar omdat ik niet weet wat het beleid is heb ik geen idee of en hoe het beleid aansluit bij de behoefte van mijn onderneming. antwoord twee is dus: geen idee

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?

1. 16 Geen commentaar

2. WE HEBBEN 2 MEREN DE TOOLenburgse Plas en het Haarlemmermeerse Bos daar zou best in de zomer wat watersport met bootjes of kano's kunnen worden gebruikt. Maar misschien mag dat niet.

3. Betere bereikbaarheid van Park 21, meer aandacht voor natuur

4. Routes zijn een mogelijkheid om het aanbod met elkaar te verbinden. Ander Idee voor een recreatieve route: Geo tour, zijn er nu 3 van in Nederland.

5. We miss major events that could attract more tourists to the area, such as music festivals and corporate fairs (usually held at the RAI). We also need more initiatives to expand tourism around us, not just in Amsterdam or Keukenhof.

6. In Haarlemmermeer is het mooi fietsen, wandelen in de recreatiegebieden en varen op de Ringvaart. Maar het kanovaren en suppen door alle sloten en tochten wordt vergeten. Bij aanleg van dammen of bruggen zou minimaal 1,5 hoogte aangehouden moeten worden vanaf het water voor een doorgang (kano en sup). Er zijn vele mogelijkheden in de gemeente en deze vorm van recreatie mag wat ons betreft wel meer aandacht krijgen.

7. Meer beurzen naar de gemeente halen.

8. Verder missen wij nog meer authentieke sfeerlocaties voor events, waarbij de gemiddelde capaciteit ook omhoog zou mogen.

9. Bijna onmogelijk om nog een dergelijk evenement als Meerlive te kunnen organiseren. Gezien dit een toegankelijk evenement is voor vele leeftijdsgroepen moet dit in een centrumgebied. Heel Hoofddorp Centrum is al jaren een bouwput. Als ik 46 parkeerplaatsen wil benutten om 4500 bezoekers te kunnen laten genieten van een evenement wat al 25 jaar bestaat, is zelfs dit niet mogelijk.

10. Een evenement als Haarlemmermeer Jazz of Meerlive of een jaarlijkse feestweek zijn belangrijk voor een dorp als Hoofddorp. Hier moet er nu uitgeweken worden naar andere plaatsen. Dit is een gemis voor ondernemend Hoofddorp.

11. Buitenlandse toerisme in vorm van associaties. Meer verbinding met elkaar om deze naar Haarlemmermeer te krijgen.

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?

1. 16 Geen commentaar

2. The events held at our venue have greatly boosted our visibility and local recognition. Many attendees didn't know about our hotel before, so we're really enjoying hosting events like these.

3. Het evenement waar wij aan deelnemen is de Sportfair bij Toolenburger Plas. Van overige evenementen zijn wij niet op de hoogte.

4. Jammer dat grote evenementen steeds minder georganiseerd kunnen worden wegens hoge kosten. Kleinschalig wordt goed opgepakt.
5. Meer internationale beuzen of nationale beurzen naar de gemeente halen.
6. Ik ben al jarenlang actief binnen het ondernemerslandschap in de Haarlemmermeer en lid van diverse netwerken, waaronder Event Park Amsterdam, dat uitstekend werk doet voor de regio. Vanuit die betrokkenheid zie ik hoe belangrijk het is dat de gemeente structureel samenwerkt met lokale ondernemers. Het zou goed zijn als er een duidelijk beleid komt waarin het samenwerken met lokale bedrijven de norm is, zeker bij evenementen en promotionele activiteiten. Denk bijvoorbeeld aan het opnemen van een voorwaarde in de vergunningverlening voor grotere evenementen, waarbij organisatoren worden gestimuleerd of zelfs verplicht om zoveel mogelijk lokale partijen in te schakelen. Dat versterkt niet alleen de regionale economie, maar ook de betrokkenheid en trots binnen onze gemeenschap.
7. Evenementen hebben alleen een positief effect op mijn/een bedrijf wanneer de ondernemer dit zelf mogelijk maakt.
8. Graag een oplossing om weer evenementen in Hoofddorp te kunnen organiseren. Ik heb een jongere generatie klaarstaan om te beginnen/het stokje over te nemen, maar we hebben geen plaats om dit te kunnen doen.
9. KASTAN is nog redelijk nieuw en ligt nog in een blindspot. Als Hyde Park verder is in ontwikkeling zal de wijk voorzieningen hebben die niet alleen de Hyde Park bewoners aantrekt maar ook bovenwijk voorzieningen heeft, het gebied wordt dan aangeknoopt aan het centrum van Hoofddorp en zal meer onderdeel zijn van het sociale weefsel. Ook op het gebied van evenementen.

Waar onderscheid Haarlemmermeer zich in?

1. 9 Geen commentaar
2. Wat ik jammer vind is dat Hmeer erg neergezet wordt als een wijk van Amsterdam (bijv Schiphol Amsterdam, Expo Greater Amsterdam). Ik herken nog weinig authentiek Haarlemmermeers in het toeristische beleid.
3. Location is one of our strengths — being close to the airport and major Dutch cities is a big advantage. We're also surrounded by nature, but we struggle during fall and winter when demand drops as most activities stop. Bringing new indoor activities and events during these periods could be a great solution. I'd say location and nature are what make Haarlemmermeer stand out.
4. als knooppunt van transport en verblijf, niet als bezoekslocatie
5. water, land en lucht
6. het visit Haarlemmermeer programma stimuleert
7. Een polder, met historie wat goed te zien is bij de gemalen in Halfweg en museum Cruquius Veel fietsroutes, waarbij leuk uitzicht op de vliegtuigen. Dit kan overigens ook vanaf het water, ook erg leuk. Veel hotels, helaas geen camping of kampeerboerderij. Met openbaar vervoer ben je zo in Amsterdam, Leiden, Den Haag, Haarlem. Helaas verbinding naar het strand is moeilijker. Hoofddorp heeft een uitgebreid winkelaanbod en een leuke weekmarkt. De outlet in Halfweg is voor liefhebbers van winkelen ook erg leuk. We hebben nog wel wat boeren bedrijven die open zijn om te bezoeken, ook erg leuk maar daar zie ik niet veel reclame voor.
8. Haarlemmermeer heeft groen, water, historisch erfgoed, sportaanbod en veel cultuur
9. water, polder, ruimte
10. Makkelijk bereikbaar en goedkoper dan Amsterdam, helaas geen bekende Musea waar publiek op afkomt.
11. De Haarlemmermeer is een regio met volop ruimte voor aansprekende evenementen, uitstekend bereikbaar per auto, openbaar vervoer én via Schiphol. Bovendien ligt de gemeente strategisch tussen twee grote trekkers voor internationaal toerisme: Amsterdam en de Bollenstreek. Daarmee is het een perfecte uitvalsbasis voor bezoekers die Nederland willen ontdekken. Ook inhoudelijk heeft de regio veel te bieden. De geschiedenis van de waterlinie, de inpoldering en de manier waarop wij de 'waterwolf' hebben overwonnen, spreekt internationaal tot de verbeelding. Voeg daarbij de groeiende keuze aan goede restaurants, hotels en andere voorzieningen, en de Haarlemmermeer heeft alles in huis om zich sterker te profileren als aantrekkelijke, gastvrije bestemming — zowel voor bezoekers als voor evenementen.
12. Combinatie van water, groen (vlakke wegen) en historisch erfgoed (Cruquius, Olmenhorst). En dat dicht bij OV en strand. Rust opzoeken temidden van drukte.
13. Groen, water(beheersing), goed bereikbaar, dicht bij de grote steden. Maar helaas ook in sfeerloosheid.
14. Meer ruimte
15. In dynamiek en energie
16. Wonen en werken

Welke soorten arrangementen zouden volgens u interessant zijn om te ontwikkelen? (denk aan combinaties van hotel, horeca, musea, natuur, etc.)

1. 12 Geen commentaar
2. A hotel stay with nature activities or a hotel stay with indoor activities — we'd love to partner with places that could offer a complete weekend getaway experience together.
3. wisselend en creatief aanbod is mooi

4. combi arrangementen korting op entree via Hotels kan aantrekkelijk zijn. Als voorbeeld is er al een combinatie tussen het museum en van der Valk. Al zien we daar nog geen bezoekers van, een combinatie wandeling/fietstocht en museumbezoek kan meer gepromoot worden.
5. Een jeugd en jongeren arrangement; bezoek aan boerderij, klimpark, museum, zwembad of bowling ouderen arrangement; rondje polder met bezoek aan musea, (cruquius en Halfweg), Olmenhorst, horeca in Spaarndam en Kaag Fiets/wandel/vaar routes met bezoekpunten
6. Hotel en water recreatie
7. verrassende combi's met kijkjes achter de schermen
8. Kan alleen met een bekende internationaal Musea, die hebben we nooit of er moet een speciale tentoonstelling komen a la mondriaan of iets dergelijks.
9. Ik denk dat de gemeente moet gebruiken wat haar grootste troef is, de ligging ten opzichte van Amsterdam en de bollenstreek. Dus de arrangementen zouden bezoek aan Amsterdam en de bollenstreek, met verblijf, eten, vervoer bij en door bedrijven uit de Haarlemmermeer en dan ook een stukje geschiedenis van onze regio in zich moeten hebben, waardoor toeristen langzaam doorkrijgen hoe ideaal de ligging van de Haarlemmermeer is bij een bezoek aan Nederland
10. Erfgoed & horeca, buiten activiteit & musea & horeca. Als er een arrangement is dat makkelijk combineert dan zullen mensen dit sneller gaan doen.
11. Ontvangst, fietsen/auto, activiteit, eten/drinken, met mogelijk een overnachting. We moeten hierbij erkennen dat de routes van A naar B niet - zoals wel in steden/dorpen als Amsterdam, Heemstede-Haarlem of bv Warmond - echt aantrekkelijk zijn en bijdragen aan de sfeer. Vaak lange rechte wegen, veel wind en verkeer en weinig 'umfeld' of bezienswaardigheden onderweg. De ontwikkeling hiervan en het 'facilitatiemodel' moet wat mij betreft niet bij de gemeente maar bij een of meerdere externe commerciële partijen liggen.
12. Zie opmerking van mij mbt fietsroutes
13. Zakelijke arrangementen gericht op ontspanning voor de werktourist. Bijvoorbeeld: de afdeling inkoop van Danone moet elke maand een week samenkomen in Hoofddorp. Dat zijn ook de medewerkers vanuit Parijs. Die slapen een week per maand in het Novotel. Die vervelen zich enorm daar.

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?

1. 18 Geen commentaar
2. als museum werken we graag mee of denken graag mee
3. Hopelijk wordt 'het Oude Raadhuis' een knus en aantrekkelijke plek voor horeca en theater. We missen wel van deze ouderwetse ontmoetings plekken. Gezellige café's of horeca waar je tijdens je arrangement aantrekkelijk Haarlemmermeerse producten kan proberen. (de koekjes van Gorthuis, De likeurtjes van Hoofddorp, maar ook groente fruit uit de regio)
4. zorg dat de toeristenbelasting gebruikt wordt voor de toeristen en zorg dat de busbanen gebruikt mogen worden voor de hotel shuttle's en niet elke keer zegen daar gaan we niet over, ga het regelen !
5. De gemeente zou sterker kunnen inzetten op haar grootste troef: de unieke ligging tussen Amsterdam en de Bollenstreek. Juist die positie maakt de Haarlemmermeer tot een ideale uitvalsbasis voor bezoekers van Nederland. Het zou mooi zijn als de gemeente dit benut door arrangementen te stimuleren waarin een bezoek aan Amsterdam en de Bollenstreek wordt gecombineerd met verblijf, horeca en vervoer verzorgd door ondernemers uit de Haarlemmermeer. Voeg daar een vleugje van onze eigen geschiedenis aan toe — over de inpoldering, de strijd tegen het water en het ontstaan van dit bijzondere gebied — en je hebt een onderscheidend, authentiek aanbod dat toeristen echt laat ervaren hoe ideaal onze regio ligt.
6. Op de vraag of de promotie van Visit Haarlemmermeer heeft bijgedragen aan meer bezoekers in mijn horecazaak is mijn antwoord: geen idee (ik vermoed van wel)
7. Visit heeft een goede stijgende lijn te pakken! Heel knap, goed zichtbaar in de Haarlemmermeer.

Wat vindt u waardevol aan deze bijeenkomsten?

1. 4 Geen commentaar
2. Het maken van nieuwe connecties Het ontmoeten van bestaande connecties Nadenken over eventuele samenwerkingen Inside information van de partijen
3. Meeting new businesses and locals from the area helps us discover what we can share with our guests and stay updated on the latest trends.
4. de ontmoetingen
5. netwerk en inspiratie
6. netwerken is altijd handig en je ontmoet diverse partijen.
7. Contacten met de aanwezigen die met elkaar alle onderdelen in kunst, cultuur en sport invullen
8. netwerk, saamhorigheid en inspiratie
9. De wil is er maar er komt weinig productief uit waar je iets aan hebt.
10. ik ben eigenlijk voor bij Event Park Amstvedam aanwezig en heb hier veel van opgestoken in de loop van de tijd.

11. Netwerken. Al denk ik dat er wel een echt inhoudelijk onderdeel in ontbreekt. Daarmee wordt het ook minder een 'promotieplaatje' van de organiserende partijen.
12. Vergaren van kennis en informatie. En het horen wat leeft onder de verschillende ondernemers.
13. Netwerken met andere collega's
14. goede gelegenheid om te netwerken
15. Netwerken vindt ik belangrijk
16. Kennisdelen en netwerk opbouwen. Ook is het fijn om te merken dat er veel enthousiasme is om te onderzoeken hoe we de Haarlemmermeer aantrekkelijk kunnen maken voor bezoekers.
17. De verbinding met de branche genoten!

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?

1. 16 Geen commentaar
2. onbekend met EPA
3. You're doing a great job promoting our area! I'd love to see more life around here — the potential is definitely there. We just need to bring the community together.
4. Het zou jammer zijn als zakelijk toerisme en bewoners twee verschillende werelden worden. Wonen en recreëren in Haarlemmermeer moet meegenomen worden bij de ontwikkeling van het zakelijk toerisme en andersom
5. EPA profileert zich goed in de regio en laat zich internationaal zien.
6. Meer geld en mensen bij of meer beurzen naar de regio te halen.
7. EPA heeft voor mij weinig zichtbaarheid, de rol is niet duidelijk of merkbaar.
8. Haha, natuurlijk zijn er nog zaken ter verbetering vatbaar!
9. Meer gericht op de Hotellerie en congressen. Voor MKB niet echt interessant.

Heeft u nog opmerkingen of toelichting bij uw antwoorden op dit onderwerp?

1. 16 Geen commentaar
2. Weinig overlast van Mystery Land, ook al worden in die periode aardig wat kano vaar mogelijkheden in geperkt. Overige evenementen zijn buiten de woonwijken vaak in het centrum. Wel opvallend dat deze evenementen niet door heel Haarlemmermeer verspreid zijn. Ben benieuwd of de kleine kernen dit anders ervaren
3. Ja kijk ook naar de vergunningen die worden afgegeven, dus niet alles tegelijk plannen zoals in het verleden met F1 en MYstery land
4. Het is wel jammer als er events in Haarlem of Zandvoort zijn waarbij de parkeerfaciliteiten van Expo Vijfhuizen worden gebruikt en er weinig voordeel is voor lokale ondernemers. Hier zou eens over na te denken zijn.
5. Ik ben een voorstander van een breder en authentieker aanbod van retail en restaurants in het dorp. Dat trekt dan ook een breder publiek aan. Verder pleit ik ervoor om de Kruisweg autoluw te maken en die als horecastraat te bestemmen. Dat komt de sfeer en het overzicht ten goede.
6. Er is geen lokaal evenement meer over. Gestopt zijn; MeerJazz, Meerlive, H'Meer Culinair, Kortebaan (gaat stoppen), Mysteryland..... Het wordt wel erg karig rondom Hoofddorp. Maar met Koningsnacht en dag, mag alles. Geen handhaving en iedereen kan doen wat ze willen zonder zware vergunningseisen. Met alle overlast en klachten die daaruit voortvloeien.
7. Er zijn amper grote evenementen in Hoofddorp. Behalve mysteryland.
8. Het mag wel wat levendiger.

Welke trends of ontwikkelinge ziet u die belangrijk zijn voor toerisme en evenementen in de komende jaren?

1. 5 Geen commentaar
2. aandacht voor duurzaamheid bij evenementen (Mud race in natuur/recreatiegebied, ontwikkelingen in Park 21) Mensen steeds consumptiegerichter - hapklare brokken met een thrillfactor
3. Technology, sustainability, sports, art and food — I see all of these as major trends.
4. persoonlijke evenementen en arrangementen op maat
5. combinatie tussen de diverse trends of ontwikkelingen kan verder worden uitgediept
6. buitensporten en activiteiten zien we toenemen in horeca zie je meer behoefte aan gevarieerd aanbod, van havermelk, plantaardige maaltijden tot burgers en steaks

7. Kosten worden erg hoog bij organisatie evenementen. En er zijn wel heeeel veel hotels.
8. ruimte voor cultuur
9. Prijs, netheid van de omgeving en veiligheid wordt steeds belangrijker. Alleen hier voldoen we niet aan in de regio.
10. Duurzaamheid wordt volgens mij steeds belangrijker.
11. Meer authenticiteit, verbinding met natuur en vooral verbinding met elkaar. Een tegenreactie op de technologie en individualistische maatschappij.
12. Internationalere en meer diverse doelgroepen en culturen, meer en intensievere samenwerking met de gemeente en binnen de MRA-regio. De toerimesector is constant in beweging, gedreven door technologische innovaties, demografische verschuivingen en een toenemend bewustzijn rondom duurzaamheid, gezondheid en veiligheid. Inspelen op de trends is essentieel om een breed scala aan bezoekers te blijven aantrekken en Nederland concurrerend en aantrekkelijk te houden als reisbestemming.
13. Neerwaartse spiraal door de veel te zware vergunningseisen. Alle kosten in de evenementenbranche zijn dusdanig gestegen, dat het niet meer haalbaar is om events te organiseren.
14. Heel veel nieuwbouw in het Centrum
15. Amsterdam jaagt de toeristen weg, mogelijkheden voor de omliggende gemeenten
16. Het (binnenlands) toerisme zal groeien en daardoor dal de druk op populaire bestemmingen toenemen. Amsterdam wordt nu al als te druk ervaren. Niet alleen bewoners van de binnenstad ervaren dit, ook toeristen zelf hebben last van die drukte. Buitenlands toerisme zal zich voorlopig blijven focussen op die bestemmingen maar binnenlands toerisme zal meer gaan spreiden. Toeristen uit het buitenland die wat meer op leeftijd zijn hebben Amsterdam tegen de middag wel gehad (te druk en de leuke restaurants moet je een week vooraf reserveren) en komen terug naar de hotels in Hoofddorp.
17. De druk op de evenementen branche, financieel hebben evenementen niet makkelijk in combinatie met bezoekers die kritisch zijn waar ze aan deelnemen.

Hoe gaat uw bedrijf om met deze ontwikkelingen?

1. 7 Geen commentaar
2. Proberen hierop in te spelen door concrete voorbeelden te laten zien hoe mensen duurzamer met hun omgeving om kunnen gaan tbv meer biodiversiteit en betere leefomgeving.
3. We are focusing on all these aspects and actively showcasing them online.
4. niet van toepassing
5. positief
6. We bieden als kanovereniging veel activiteiten aan.
7. Als lokale Omroep heb ik hier geen aandeel in.
8. inspelen op actualiteit en behoefte bezoeker
9. Heel goed.
10. Wij monitoren continu en voeren dagelijks gesprekken binnen de branche. Waar mogelijk spelen wij op ontwikkelingen in of inventariseren wij de kansen en mogelijkheden, om daar later verder op in te kunnen spelen.
11. Simpelweg stoppen en concentreren op andere werkzaamheden.
12. Wij proberen ons staande te houden tussen de grote ondernemers.
13. Betreft geen bedrijf, maar een culturele instelling
14. Wij zijn een plek voor de toeristen die de hele middag in Amsterdam indrukken hebben opgedaan en daarna ontspannen in een polderschuur de avond kunnen afsluiten. het komt vaak voor dat deze mensen meteen reserveren voor de volgende avond.
15. Blijven meedenken met de klant en oplossingen zoeken.

Wat zou de gemeente volgens u de komende jaren moeten prioriteren om toerisme, evenementen en promotie te versterken?

1. 6 Geen commentaar
2. Balans houden tussen Thrill en aandacht voor leefomgeving/natuur. Eigen karakter ontwikkelen voor Hmeer, losser van Amsterdam
3. Het blijven proberen van verschillende campagnes, opzetten van arrangementen.
4. Try to bring the Amsterdam vibe to these areas, keeping a strong Dutch identity while remaining very open to international tourism.
5. netwerk
6. nog meer promotie en nadruk leggen op de voordelen van de Haarlemmermeer

7. lokale bedrijven, verenigingen wijkraden etc meer betrekken. Niet alleen de commercie(winst) de aandacht geven maar ook de meerwaarde die het geeft aan buurten en bewoners
8. Zelfstandig profileren, maar wel benadrukken dat gebied groter Amsterdam dichtbij ligt
9. logistiek, transport, verkeer en unieke promotie
10. Meer geld en mankracht naar EPA
11. Bijzondere plekken en routes in Haarlemmermeer. Het zou ook mooi zijn om Haarlemmermeeders, verhalen en historie meer in kaart te brengen zodat Haarlemmermeer een 'gezicht' krijgt naar buiten toe.
12. Optimale samenwerking, ondersteuning aan e/o het faciliteren binnen de markt. Specialistische partijen aansluiten om zelf op de centraal coördinerende rol te kunnen richten. Grotere 'eigen' regionale events zijn er niet meer. Een groot gemis!
13. Faciliteren in ruimte.
14. Jongeren betrekken.
15. Uitvalsbasis voor de te drukke populaire plekken als Amsterdam en Haarlem. Dus wel leunen op die populariteit maar aangeven dat je na die drukte lekker tot rust komt in de groene en wijde polder. Daar kan de lokale economie (horeca) in de avond profijt van hebben. Amerikanen komen niet voor Dik Trom of de Big Spotters Hill maar zijn blij als ze na veel gedoe in de rij van het Anne Frankhuis aan die Amsterdamse gekte kunnen ontsnappen.
16. Blijven doen wat je doet! Goed met de markt blijven meebewegen.