

Samen de stad mooier maken.

Ondernemersbijeenkomst BIZ Egmond aan Zee

Dinsdagavond 8 maart

Er waren ongeveer 60 ondernemers aanwezig, wat een goede opkomst mag heten.

Deze avond werd geleid door Pascal.

Milo Berlijn zorgde voor humor met inhoud ook tijdens de afsluiting.

Aantal reacties op de openingsvraag van Pascal;

Wanneer ga je tevreden naar de borrel?

- Als ik na deze avond mijn bedrijf verder kan ontwikkelen.
- Perspectief voor de toekomst.
- Neuzen dezelfde kant op.
- We moeten niet lullen maar poetsen.
- Als er positieve energie ontstaat een we goede informatie krijgen.
- Meer samenwerking en een collectief geheel.
- We willen meer jaar rond toerisme hebben.

Een aantal statements van Milo Berlijn;

- Gedrag beïnvloed gedrag.
- Blijheid geven geeft energie.
- Oprechte glimlach maakt contact.
- Inwerken van personeel gebeurt functioneel, maar gastvrijheid komt niet voorbij.
- Imago van de plaats blijft hangen.
- Ken je collega ondernemers.
- Kansen zitten in het primaire proces.

Reacties op de vraag van Pascal wat de sterke punten zijn van Egmond;

- Aangezicht van de buitenkant van Egmond aan Zee.
- Hechte gemeenschap
- Gezeelligheid naar het strand
- Openheid van mensen

Welke kansen zijn er?

- Convenant met punten voor werknemers.
- Poule voor werkgevers die personeel zoeken. Als voorbeeld, Hotel zuiderduin kreeg 200 sollicitanten en had voor 70 mensen een functie. Zou mooi zijn als de andere 130 worden aangeboden bij andere ondernemers die personeel zoeken.
- Er is niks voor kinderen behalve het strand.
- Er is geen inzicht in cijfers en data over het gebied.
- Weinig activiteiten voor jongeren en kinderen.
- Collectief goed ondernemerschap.
- OV verbinding is slecht.



Wat zijn de verwachtingen van de BIZ;

- **Samenwerking.**
- **Collectief betrekken van ondernemers.**
- **Ondersteuning van buitenaf.**
- **Externe kennis betrekken.**
- **Gesprekspartner naar gemeente.**

SAMEN AAN DE SLAG IN 5 GROEPEN.

5 THEMA'S

1. **Gastvrijheid (o.a. faciliteiten voor gasten)**
2. **Evenementen en promotieactiviteiten (online en offline)**
3. **Samenwerking (onderling/BIZ, gemeente, vastgoed)**
4. **Openbare ruimte (o.a. afval en parkeren)**
5. **Diversiteit aanbod winkels en horeca, voorkomen leegstand**

1. Gastvrijheid (o.a. faciliteiten voor gasten)

Ambassadeurs van je dorp maken een er moet meer diversiteit komen voor kind en hond.

We zijn een familie badplaats en dit komt onder druk te staan omdat er weinig tot geen aanwezigheid is van faciliteiten voor gehele familie.

OV ontbreekt en is cruciaal.

Transferium schaatsen / CBR

Het laagseizoen start in november.

Denk dat aan een winterfair / braderie

Niet betaald parkeren.

Houten huisjes – Pomplein – Eymaplein – tuin stichting

Winkeliers moeten elkaar promoten.

Mystery guest om zo onze klantvriendelijkheid op pijl te houden.

Kartrekkers voor deze groep zijn; Richard kaandorp, Vincent, Reindert Jan, Sandra.

Wat maakt Egmond uniek? Dat moeten we goed onderzoeken.

Beleving, straat op gaan en mensen vragen, enquête uitzetten.

Meer contact met mensen, warm welkom ontbreekt soms.

2. Evenementen en promotieactiviteiten (online en offline)

Meer buitenlandse promotie – contact met NBTC

Collectief promo via 1 aanbieder

Eye-catcher, bv reuzenrad het hele jaar door en dan events eraan koppelen. Gemeente is hierbij nodig.

Ijsbaan in de wintermaanden

Bokbier route, wijn route, etc.

Muziek op het plein.

Meer kinderactiviteiten. Bv een schip zoals bij Camperduin

Escape route wordt er georganiseerd, wat kan hier nog meer mee?

Thema feest.

Juiste doelgroepen definiëren en daarop gericht een event organiseren.



3. Samenwerking (onderling/BIZ, gemeente, vastgoed)

Sandy was aan het woord en was zichtbaar geemotiveerd (even extra info)

Een whatsapp groep om op verschillende onderdelen met elkaar te communiceren. (Chainels zou helpen)

We moeten concreet, open en duidelijk naar elkaar zijn, we hebben allemaal hetzelfde doel.

Laten we dan ook veel meer samenwerken en elkaar helpen.

Reageer op berichten of nieuwsbrieven want anders weten we niks.

4. Openbare ruimte (o.a. afval en parkeren)

Internationaal meer bekendheid.

Straten en duinen moeten aantrekkelijker zijn.

Trots zijn op Egmond

Meer promotie Egmond als geheel, in supermarkten, folders, infoborden van het dorp, contacten via social media.

Vakantie beurs

Social media gericht

Tijdschriften

Dagjes mensen

Beter inrichten en verlichten van parkeerterrein.

Langdurig parkeren.

Betere bewegwijzering ook voor de verblijfplaatsen zoals logies etc.

Sociaal media tool, waar kun je parkeren?

Pendelbus laten rijden

Betere verdeling van uitgifte van vergunningen, zelfs vakatiehuisjes hebben parkeervergunning

Fietsenstalling met camera's

Toeristen, auto buiten het dorp plaatsen.

Iets doen met de bollenvelden.

Meer afvalbakken en daar eenduidigheid in verzorgen, staat ook mooi.

Dicipline van bewoners om ook netjes te blijven.

5. Diversiteit aanbod winkels en horeca, voorkomen leegstand

Openings en sluitingstijden, meer duidelijkheid.

Nog betere winkelaanbod.

Eventueel uitbreiden winkelgebied omdat er geen leegstand is maar wel behoefte aan verbreding van winkelaanbod.

Kwaliteit van de uitstallingen, valt meer winst uit te halen, samen.

Afvalbakken uit het zicht, juist meer ondergrondse containers.

Leegstand is geen issue.

Winterevenementen.

Jazz en sail.

Diverser horeca aanbod.

