

Voorstel AB Recreatieschap Spaarnwoude

Datum vergadering

Adviescommissie 25 mei 2021

Dagelijks bestuur 10 juni 2021

Algemeen bestuur 1 juli 2021

Onderwerp

Naamsverandering van het recreatiegebied van Spaarnwoude naar Spaarnwoude Park

Kernboodschap

De ontwikkelingen en richting die het recreatieschap heeft ingezet met de Visie Spaarnwoude Park 2040 vragen om een bijbehorende gebiedsnaam, die zorgt voor onderstreping van de ambitie, verbinding en waarmee we zijn voorbereid op de toekomst.

Het algemeen bestuur besluit

1. Kennis te nemen van de merkgids Spaarnwoude Park, waarin wordt gekozen voor:
 - het levenslustige karakter; een ongedwongen en laagdrempelig gebied waar iedereen op zijn manier kan ontspannen en waar je enorm veel diverse dingen kunt doen;
 - de overtuiging: Buiten kom je tot leven
 - de belofte: Spaarnwoude Park geeft je energie
 - de kernwaarden: ongedwongen, dynamisch, in balans, verbindend, levendig
2. Kennis te nemen van het activatieplan Spaarnwoude Park.
3. In stemmen met de naamsverandering van het gebied naar Spaarnwoude Park met als belangrijkste punten:
 - De naam wordt gehanteerd als aanduiding voor het hele recreatiegebied (inclusief de gebieden in de Haarlemmermeer).
 - Er wordt een woordmerk met beeldtaal ontwikkeld voor Spaarnwoude Park, passend bij de huidige huisstijl en toe te passen in gebiedscommunicatie en -promotie.
 - Er vindt een geleidelijke invoering van de nieuwe naam plaats, d.w.z. bij vervanging of vernieuwing van communicatiemiddelen en gebiedsinrichting
 - De naam Recreatieschap Spaarnwoude en bijbehorende logo blijven bestaan en worden gebruikt in communicatie namens het recreatieschap, zoals bijvoorbeeld brieven, contracten, presentaties en persberichten
4. Kennis te nemen van de kostenraming van de geleidelijke vervanging van de communicatiemiddelen en bebording, waarbij:
 - het uitgangspunt is dat door de fasering dit via bestaande budgetten gaat
 - mogelijkheden voor het inkorten van de doorlooptijd van vervanging van de bebording (nu: 10 – 12 jaar) via de herijking van de meerjarenraming in de programmabegroting 2023 bekeken worden

Bestuurlijke achtergrond

Datum 17-12-2020: akkoord Algemeen Bestuur voor project binnen Uitvoeringsprogramma Spaarnwoude Park 2040: Gebiedsidentiteit Spaarnwoude Park met als resultaten merkgids en merkactivatieplan.

Onderbouwing besluit

Ad 1/2 Merkgids en activatieplan

Aanleiding

De afgelopen maanden heeft een werkgroep bestaande uit vertegenwoordigers van het recreatieschap, ondernemers en bewoners en belanghebbenden, gewerkt aan de gebiedsidentiteit Spaarnwoude Park als een van de projecten uit het Uitvoeringsprogramma Spaarnwoude Park 2040. Resultaat zijn een merkgids en activatieplan. In de merkgids staat beschreven WAT Spaarnwoude Park is. Met een gezamenlijk verhaal, waarden, een belofte en overtuiging geven we richting aan ons handelen. Dit doen we in woord, taal, beeld en gedrag, maar ook bijvoorbeeld via de inrichting van gebieden. In het activatieplan staan HOE we het merk tot leven gaan brengen. Dit doen we gezamenlijk met ondernemers en belanghebbenden in het gebied.

Om de ingeslagen weg te onderstrepen en daarmee goed voorbereid te zijn op de toekomst stellen we voor de naam van het recreatiegebied aan te passen van Spaarnwoude naar Spaarnwoude Park. Deze naam willen we als overkoepelende naam gebruiken voor het hele gebied dat in beheer is bij Recreatieschap Spaarnwoude. Alhoewel we ons realiseren dat de veelal kleinere en nieuwere recreatiegebieden (nu niet aangeduid als recreatiegebied Spaarnwoude) zich wellicht niet direct verbonden voelen met het grote geheel van Spaarnwoude Park en ook bezoekers dit (in eerste instantie) niet zo zullen ervaren, zien wij hierin wel degelijk kansen. De grote diversiteit en afwisseling van de verschillende gebieden is juist een belangrijk kernmerk van Spaarnwoude Park. De naam cq het merk Spaarnwoude Park draagt bij aan een eenduidige uitstraling en herkenbaarheid en kan op termijn ook fungeren als een soort van kwaliteitskeurmerk. Het is de naam van een groot stadspark tussen de steden dat in feite uit kleinere deelgebieden bestaat. Daarbij willen we de naamsbekendheid van Spaarnwoude behouden en kiezen daarom niet voor een volledige nieuwe naam. Het doorvoeren van deze verandering heeft enkele jaren nodig; niet alleen om daadwerkelijk middelen aan te passen maar vooral om deze bij de recreanten en omwonenden te laten landen. De naam Spaarnwoude Park zal worden gebruikt voor de gebiedsaanduiding en komt vooral in gebiedscommunicatie en promotie tot uiting. Buiten en aan de buitenranden van het gebied is de naam Spaarnwoude Park en bijbehorende vormgeving goed en duidelijk herkenbaar. Hoe verder de bezoeker het gebied ingaat des te groter de zichtbaarheid van de namen van de ontvangst- en ontwikkelgebieden. In de buurt van en op het terrein van de ondernemer hanteert deze zijn eigen huisstijl.

Drie schillen met merkfuncties

We krijgen in de nieuwe situatie te maken met drie schillen met bijbehorende merkfuncties.

1. Spaarnwoude Park > bijvoorbeeld de bruine borden op snelwegen, informatiezuilen aan de randen van het gebied en te gebruiken in gebiedspromotie.
Merkfuncties:
 - aantrekken van bezoekers;
 - uitdragen van het totale verhaal van Spaarnwoude Park;
 - gezamenlijke promotie en marketing van het hele gebied;
 - eenheid en herkenbaarheid van het hele beheergebied van recreatieschap Spaarnwoude;
 - gericht op de toekomst: een groot park tussen de steden.
2. Namen van ontvangst- en ontwikkelgebieden > bijvoorbeeld Welkomstborden (deel)gebieden, met daaronder de tekst 'onderdeel van Spaarnwoude Park'.
Bijvoorbeeld:

Tuinen van West
onderdeel van Spaarnwoude Park
De Groene Weelde
onderdeel van Spaarnwoude Park

Merkfuncties:

- netwerk en verbinding in het gebied;
- herkenbaarheid en eenheid voor met name de directe omgeving;
- het uitdragen van de identiteit van het gebied.
- verbinder van partijen/partners in het gebied.

3. Namen en huisstijl van eigenaar/pachter/ondernemer > deze hanteert de eigen huisstijl, maar laat wel zien dat de bestemming gelegen is in Spaarnwoude Park, bijvoorbeeld met behulp van gebiedsfolders, -plattegrond of vlaggen. Gezamenlijke promotie draagt bij aan verbondenheid en herkenbaarheid van Spaarnwoude Park

Merkfuncties:

- aanbieder/eigenaar van bedrijven, activiteiten, routes, producten en diensten, overheden, subsidienten en andere functies in en om het recreatiegebied;

Ad 3. Invoering

Voorstel is om een woordmerk laten maken voor Spaarnwoude Park. Dit betekent dat alleen de naam Spaarnwoude Park wordt weergegeven in een lettertype en kleuren die passen bij het geformuleerde levenslustige karakter (dus geen volledig nieuw logo). Daarnaast kunnen we bijvoorbeeld 1-2 nieuwe kleuren toevoegen aan de huidige huisstijl zodat we dichterbij het gedefinieerde merk komen te staan. Het is daarmee een verrijking van de huisstijl en niet een volledig nieuwe huisstijl. Deze wijzigingen voeren we geleidelijk door, wanneer middelen aan vervanging of vernieuwing toe zijn.

Voor 2022 staat vervanging van de blauw-witte gebiedsborden op de planning en is beheerbudget hiervoor gereserveerd. Dat betekent dat dit een goed moment is om een start te maken met het doorvoeren van de nieuwe gebiedsnaam.

Recreatieschap Spaarnwoude kan de huidige naam blijven hanteren. De naam Recreatieschap Spaarnwoude staat voor een bestuurlijke identiteit. Het recreatieschap fungeert als afzender waar en op middelen waar dat nodig is, zoals brieven, contracten, persberichten en presentaties.

Middelen die aangepast moeten worden agv de naamswijziging

- Gebiedsaanduiding cq borden zowel buiten als binnen het recreatiegebied
- Website
- Plattegrond
- Gebiedsfolder
- Facebookpagina
- Instagrampagina
- Advertenties
- Websites deelnemende partners
- Websites promotiepartners
- Websites en communicatiemiddelen ondernemers
- Vlaggen

Ad 4 Kostenraming

De raming van het vervangen van de bovengenoemde communicatiemiddelen exclusief de bebording, bedraagt € 25.000 ex. btw (€ 30.000 incl. btw). Door de fasering is het uitgangspunt dat dit via bestaande budgetten gaat (regulier budget bedrijfskosten afdeling communicatie en/of aanwending van een deel van het bedrag voor activatie van het merk Spaarnwoude Park; totaal beschikbare budget is € 50.000 ((AB-besluit 2020/35)). Een inschatting is dat dit binnen drie jaar doorgevoerd kan zijn.

Voor de bebording is de totale conceptraming, op basis van vervanging van al het huidige materiaal, ruim € 1.100.000 incl. btw en incl. VAT-kosten. (zie bijlage 3). In de programmabegroting 2022 is aangegeven dat er een totaalplan voor bebording komt met vervanging van de blauw-witte borden in 2022. Vervanging van borden loopt via de post terreinmeubilair in de paragraaf kapitaalgoederen. Op basis van het gemiddelde beschikbare budget in de periode 2022 – 2025, en uitgaande van een vergelijkbaar budget de jaren daarna, zou dit betekenen dat vervanging van alle borden in totaal circa 10 – 12 jaar gaat duren. Dat is een behoorlijk lange doorlooptijd. Voor de programmabegroting 2023 en de bijbehorende meerjarenraming kijken we naar de mogelijkheden voor het schuiven binnen de verschillende posten van kapitaalgoederen. De verwachting is dat doordat veel ‘duur’ onderhoud aan bruggen dat recent afgerond is, er meer ruimte komt voor andere vervangingen. En dat daarmee de doorlooptijd van vervanging van de borden ingekort kan worden. Overigens zal de aanpassing van de bruine borden op de snelwegen de nodige inspanning en tijd vragen.

TERREINMEUBILAIR	Begroting 2022	Begroting 2023	Begroting 2024	Begroting 2025
Dagelijks onderhoud	129.076	130.108	131.150	132.200
Groot onderhoud/Vervangingen <100.000	118.944	107.026	145.197	176.261
Kapitaallasten	21.360	21.360	21.360	21.360
Totaal	269.380	258.494	297.707	329.821

Een deel van de borden, zoals welkomstborden bij ontvangstgebieden, kan ook worden meegenomen in de go/no-go besluiten per project van het Uitvoeringsprogramma.

Risico's besluit

Indien u instemt met dit voorstel:

- De ondernemers in de recreatiegebieden in de Haarlemmermeer voelen zich te weinig onderdeel van Spaarnwoude Park, gaan de naam niet uitdragen en staan niet open voor samenwerking. Mogelijk dat ook gemeenten moeite hebben met het hanteren van de naam Spaarnwoude Park; o.a. omdat inwoners van de betreffende gemeente de naam van het betreffende deelgebied hanteren omdat die voor hun herkenbaar is, Spaarnwoude Park zal dit (zeker de eerste periode) niet of minder zijn.
- Is het een geschikt moment om de verandering nu door te voeren, vanwege het maken van een plan voor bewegwijzering én vervanging van de blauw-witte gebiedsborden in 2022

Indien u niet instemt met dit voorstel:

- Is dit een gemiste kans om de ontwikkelingen zichtbaar te maken en het gebied als stadspark tussen de grote steden te positioneren, in samenwerking met de ondernemers en andere belanghebbenden.

Bijdrage aan schapsdoelen

- ☐ **Verrassender landschap** (inclusief natuur en cultuurhistorie)
- ☐ **Betere verbindingen** (inclusief ontsluiting, porten en routes)
- ☒ **Wervende activiteiten** (inclusief ontwikkelen ontvangstgebieden verblijfsplekken en branding)
- ☒ **Bredere sociale betrokkenheid** (inclusief samenwerking, welzijn en landbouw)

Financiële onderbouwing

Financiële consequenties: (N)
Investeringsvoorstel: (N)

Communicatie

Binnen het schap:

- ☒ Opnemen in de bestuursmededeling voor raden en Staten na AB vergadering
- ☐ Nieuwsbrief
- ☒ Internet
- ☒ Sociale media
- ☐ Persbericht
- ☐ Krant
- ☐ Anders
- ☐ N.v.t.

Buiten het schap:

- ☐ Publiceren op Overheid.nl

Participatie

Deelnemers schap (gemeentelijke of provinciale afdelingen / bestuurlijke afstemming):
Voor afhandeling van dit voorstel is samengewerkt met vertegenwoordiger gemeente Velsen.

Stakeholders binnen gebied:

Voor afhandeling van dit voorstel is samengewerkt met verschillende ondernemers en vertegenwoordiger Paraplugroep Spaarnwoude

Stakeholders buiten gebied: NVT

Planning
Zie ad. 4

Bijlagen
1. Merkgids
2. Activatieplan
3. Conceptraming vervangen bebording

Datum vaststelling conceptvoorstel in uitvoeringsorganisatie
Gebiedsteam 12 april 2021
MT 20 april 2021

Advies van adviescommissie 25 mei en besluit van dagelijks bestuur 10 juni 2021
<i>Het advies wordt hier ingevuld na de AC vergadering.</i>
<i>Het besluit van het DB wordt hier ingevuld na de DB vergadering.</i>

Behandelaar
Afdeling communicatie, Anja Brands, communicatieadviseur

Akkoord
Akkoord programmamanager Elise Bos Eyssen
In overleg met directeur RNH Jos Gilliam