



TEKST: SORIE FEST

ZEELAND BIEDT BUITENGEWONE VARIATIE

De meeste Nederlanders associëren Zeeland vooral met strand, zon en vakantie. Toch heeft deze waterrijke provincie ook voor de zakelijke markt heel wat te bieden. Juliëtte Enneking van Juuul Buitengewone Belevissen en Melanie Borremans van Promotie Zeeland Delta zetten zich in om de veelzijdige kant van Zeeland te promoten.

“Zeeland is voor mij een hele mooie provincie”, vertelt Borremans, die zelf een geboren en getogen Zeeuwse is. “Hier is alles aanwezig wat je je maar kan wensen: cultuur, historie, natuurgebieden, badplaatsen. En ondanks mijn afkomst heb ik van ons gidsenteam nog veel meer over deze veelzijdige provincie geleerd.”

“Ik heb een passie voor de provincie Zeeland”, vertelt Enneking enthousiast. “De provincie is alleen al qua natuur heel divers. Je vindt hier strand en duinen, maar ook bosrijke gebieden. Dat beeld had ik niet bij Zeeland. Door het waterrijke Zeeland dat rust en ruimte uitademt, ondervind je hier minder stress en daardoor heb je hier een hogere levenskwaliteit.”

Vooroordelen

De beide dames zijn het over eens dat Zeeland heel wat te bieden heeft, maar toch hebben de meeste Nederlanders nog een aantal vooroordelen, die de zakelijke bezoeker er wellicht van weerhoudt om naar Zeeland te komen. Enneking: “Het zit bij veel mensen tussen de oren dat Zeeland wat verder weg ligt, terwijl de bereikbaarheid vanuit de Randstad en Antwerpen ideaal is. De afstand is misschien iets groter dan wanneer je naar Amsterdam zou gaan, maar de reistijd is even lang. Bovendien is het hoogseizoen voor het zakelijk verkeer juist het laagseizoen binnen het toerisme. Er zijn hier dus geen files.”

“Daarnaast is ook van oudsher vooral de toeristische poot naar voren geschoven”, voegt Borremans toe. “Zeeland is altijd gepromoot als badplaats, een echte strandprovincie. Als gevolg hiervan denken mensen bij Zeeland vooral aan moselen en strand, terwijl er nog zoveel meer mogelijk is. Het promoten van de zakelijke mogelijkheden is missiewerk.”

Inhaalslag

Qua promotie is de provincie bezig met een flinke inhaalslag richting de zakelijke markt. Zowel Enneking als Borremans hebben hier hun eigen werkwijze in. “Sinds vorig jaar heb-

ben we een aantal grote evenementen georganiseerd om de zakelijke markt te promoten”, vertelt Borremans. “Daarbij hebben we de focus gelegd op groepen en verenigingen, ook uit België. Ook cruises en touroperators hebben we laten zien wat er in Zeeland mogelijk is. De focus lag op Zeeland als bestemming in zijn totaliteit. Over het algemeen merken we dat de vraag naar vergader- en congreslocaties begint te stijgen, en dat de verschillende locaties en organisaties behoefte hebben aan zakelijke groepen. Door middel van het bezoeken van specifieke beurzen willen we de zakelijke wereld bewegen om ook eens naar Zeeland af te reizen. Daarvoor hebben we een aantal programma’s met bezienswaardigheden en mogelijkheden op de website staan die richting kunnen geven aan de invulling. Maar we werken ook samen met Juuul op het moment dat er maatwerk programma’s moeten worden samengesteld. Dan creëer je net iets meer diepgang.”

Enneking knikt: “Juist om meer diepgang aan een programma te geven, heb ik in het begin van mijn bedrijf locaties uitgezocht waarbij de buitengewone beleving centraal staat. Dat heeft dan niet alleen betrekking op de locaties en de activiteiten, maar ook de ondernemer en de mens die erachter zit hebben vaak een buitengewoon verhaal. Voorbeelden





zijn een workshop mindfulness midden in de duinen in combinatie met een bezoek aan spirituele grot, maar ook een Zeeuws Zilte Zaligheden programma: vergaderen aan boord van een Zeeuwse klipper waarbij het gezelschap de echte Zeeuwse mosselen, oesters, kreeft en wijnen kan proeven om vervolgens samen de zeilen te hijsen."

Bijzondere belevenissen

Op de vraag waarom Zeeland dan zo bijzonder is hebben Enneking en Borremans hun antwoord al klaar. "Zeeland heeft relatief minder business dan elders in Nederland, maar dankzij dat gegeven is wel de bevolkingsdichtheid lager waardoor er veel meer natuur te vinden is", legt Enneking uit, "en ook het zicht op zee is niet aangetast." Borremans knikt: "Het gaat om een combinatie van factoren. Je hebt hier mooie locaties die dichtbij het strand liggen. Dat biedt mogelijkheden voor dauwtrappen, zeilen. Maar je hebt hier ook veel cultuur. De deltawerken, maar ook het watersnoodmuseum trekken veel mensen omdat het een stukje unieke geschiedenis is."

"En vergeet daarbij niet de culinaire mogelijkheden", merkt Enneking op. "Hier vind je het meeste aantal sterrenrestaurants op hoofd van de bevolking, en ook de meeste streekproducten in heel Nederland. Deze zilte zaligheden variëren van Oosterscheldekreeft en calamares tot mesheften en zeekraal."

"Bovendien kan je deze zilte zaligheden ook echt beleven", vult Borremans aan. "Je vindt hier de combinatie van de omgeving van het product zelf, maar ook de omgeving waarin

het product wordt voortgebracht. Je kunt bijvoorbeeld met een kreeftenvisser over de Oosterschelde varen en zelf je kreeft uitkiezen die vervolgens tijdens een workshop wordt klaargemaakt." Enneking geeft nog meer voorbeelden: "Een doelgroep die bijvoorbeeld back to basic wil gaan, kan in Zeeland overnachten in een Mongoolse yurt en boerengolf spelen. Dat sluit aan bij de algehele verschuiving: de focus komt met de economische crisis weer op de core business te liggen. Zeeland is voor die focus een ideale inspiratie-omgeving. Maar het andere uiterste kan natuurlijk ook: overnachten in een kasteel, een sterrenhotel in de binnenstad van Middelburg of Goes met alle zakelijke egards van dien. En in de Zeelandhallen kunnen ook grote groepen hier terecht. Daarnaast wordt binnenkort het Zep Dôme bij Middelburg voltooid. Deze nieuwe evenementenlocatie vormt met diens capaciteit een aanwinst voor de zakelijke markt. Deze kant van de medaille is er dus ook. En de prijzen liggen hier lager dan in de rest van Nederland, wat ook niet onbelangrijk is."

Enneking: "Het is onze missie om het vooroordeel tegen te gaan dat Zeeland een wereld apart is die ver weg ligt. Ook de diversiteit en veelzijdigheid moeten nog veel meer bekendheid gaan krijgen." Borremans knikt: "Voor zowel Juliette als mijzelf geldt dat we doorvragen wanneer een klant met een bepaald idee komt of een bepaalde activiteit wil ondernemen." "Het is aan ons om de zakelijk klant te attenderen op de buitengewone alternatieven. Alleen dan kan je de Zeeuwse parels laten schitteren", aldus Enneking. ■



Voetbal Experience

Zep Middelburg, Podium 19
4337 WV Middelburg
T 0118-415400
E info@voetbalexperience.nl
I www.voetbalexperience.nl



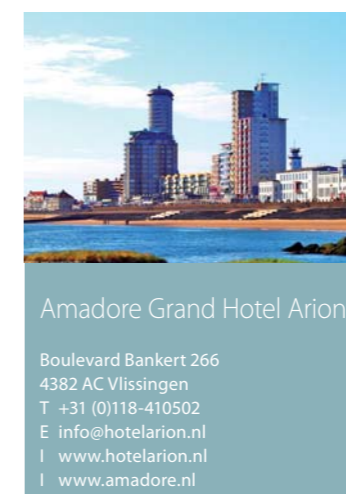
Golden Tulip Westduin

Westduin 1
4371 PE, Koudekerke/Vlissingen
T 0118-552510
E sales@goldentulipwestduin.nl
I www.goldentulipwestduin.nl



Badhotel Domburg

Domburgseweg 1A
4357 BA Domburg
T 0118-588800
E info@badhotel.com
I www.badhotel.com



Amadore Grand Hotel Arion

Boulevard Bankert 266
4382 AC Vlissingen
T +31 (0)118-410502
E info@hotelarion.nl
I www.hotelarion.nl
I www.amadore.nl



Deltapark Neeltje Jans

Faelweg 5
4354 RB, Vrouwenpolder
T 0111-655655
E info@neeltjans.nl
I www.neeltjans.nl



Landgoed Moermond

Laône 12
4325 EK RENESSE
T (+31)111-461788
F (+31)111-461754
E sales@landgoedmoermond.nl
I www.landgoedmoermond.nl