

Nooit meer plattegrondjes polder op zak

DOOR COEN POLACK

HAARLEMMERMEER - „De burgers moeten trots worden op wat Haarlemmermeer te bieden heeft. Ze moeten beseffen dat omliggende gemeenten veel van die dingen niet hebben.” Voor dat iemand de Haarlemmermeerse economiewethouder Arthur van Dijk beticht van griezelig regionaal chauvinisme: wat hij hier beschrijft, is 'city marketing'. Tijdens de allereerste netwerkbijeenkomst voor ondernemers onder de naam 'Haarlemmermeer Centraal' presenteerde de wethouder gistermiddag zijn ideeën over het aan de man brengen van Haarlemmermeer.

Van Dijk onderstreepte dat zowel de burgers van Haarlemmermeer als mensen van buiten de gemeente een veel beter beeld moeten krijgen van Haarlemmermeer. Hij vertrouwde de zaal toe dat hij belangrijke bijeenkomsten buiten de gemeente nogal eens bezoekt met een plattegrondje van de polder in zijn binnenzak. Met een beter en bekender imago voor de poldergemeente zou dit verleden tijd zijn en moeten ook bedrijven profiteren van het feit dat ze in Haarlemmermeer gevestigd zijn..

Hoewel het algemene gevoel ten opzichte van wervende slogans weinig positief was, werden er toch gedurende het gesprek verschillende opties over en weer



Wethouder Van Dijk tijdens Haarlemmermeer Centraal.

FOTO UNITED PHOTOS/TOUSSAINT KLUITERS

afgevuurd, die Haarlemmermeer meer sjeu zouden moeten geven. 'Een boeiend buiten binnen de Randstad' is nog wel de meest uitgewerkte van de ideeën. „We moeten niet te veel energie stoppen in een slogan, maar concentreren op wat Haarlemmermeer echt is”, stelde Van Dijk.

Hij bleef overtuigd dat Haarlemmermeer niet de kant van Amsterdam moet opgaan. Zijn constatering dat de slogan 'I

Haarlemmermeer' lang niet die lading heeft van 'I Amsterdam', doet echter een beetje vermoeden dat hij gelijk heeft, maar er nog maar eens scherp naar moet kijken.

Verder was Haarlemmermeer Centraal – georganiseerd door de gemeente, ondernemersplatform MeerBusiness, de Kamer van Koophandel en Haarlems Dagblad – vooral keihard netwerken, iets waar Haarlemmermeerse ondernemers zichtbaar genoeg

gen in scheppen. Dit getuige de enorme flair waarmee veel ondernemers allerlei nieuwe planetjes en samenwerkingen lanceren met een glas champagne in de hand. Het valt natuurlijk nog te bezien wat er in de praktijk van deze plannen overblijft, maar dat er volgende edities van Haarlemmermeer Centraal komen om lekker verder te brainstormen, lijkt een uitgemaakte zaak, zo was tijdens de borrel te peilen.