Goede Zaken TV
goedezaken
Goede Zaken

GoedeZaken.nu

2 SEPTEMBER 2026

Haarlem aantrekkelijke bestemming voor bezoekers uit binnen- en buitenland

Haarlem trekt internationaal steeds meer aandacht als culturele en aantrekkelijke winkelstad. "Dat is iets om trots op te zijn", zegt Anne-Marije Klis, directeur van Haarlem Marketing. "We benadrukken in onze communicatie de kwaliteit van Haarlem en richten ons op bezoekers die juist die kwaliteit weten te waarderen. Dat Haarlem in de internationale pers nu steeds vaker op deze wijze wordt belicht, is een groot compliment. Een gezonde bezoekerseconomie draagt bovendien bij aan een goed ondernemersklimaat en de welstand in de stad."

Anne-Marije: "We richten ons vooral op cultuur, erfgoed, gastronomie, de authentieke binnenstad, de natuurlijke omgeving en het veelzijdige winkelaanbod. Met internationale persreizen geven we richting aan wat we in de etalage willen zetten: zoals eerder bij de Michelangelo-tentoonstelling bij Teylers Museum en nu de aankomende Hals-Rembrandt-tentoonstelling in het Frans Hals Museum. Geweldig om dan te zien dat de New York Times Haarlem aanprijst als een van dé te bezoeken steden in Europa, waarbij precies die musea en cultuurhistorische plaatsen worden uitgelicht."

Levendig en leefbaar

"In onze opdracht voor de stad staat de balans tussen levendigheid en leefbaarheid altijd voorop. Minder dan 10% van de bezoekers aan het centrum komt uit het buitenland. Daarmee komen wij niet in de buurt van het niveau van 2018 en die ambitie hebben we ook niet. Wij zijn gefocust op de juiste bezoeker, op het juiste moment, op de juiste plek. Zo wordt met de campagne 'Jouw Stad' actief gestuurd op meer bezoek in de dalmomenten, zoals doordeweeks en tijdens het laagseizoen".

Voor de Haarlemse hotelsector is die aandacht bijzonder welkom, gelet op de dalende trend in de hotelbezetting. Claudia van den Berg, eigenaar van Boutiquehotel Staats en voorzitter van het Haarlems Hoteloverleg: "De Haarlemse hotels dragen bij aan een vitale stad, onder meer door werkgelegenheid op alle niveaus, de toeristenbelasting en de besteding van gasten in de stad. De economische betekenis van een hotelgast reikt veel verder dan de overnachting alleen. Een extra hotelgast is goed voor een hotel en andere ondernemers: gezamenlijk besteden onze gasten jaarlijks meer dan €29 miljoen in de stad."

Gouden Straatjes

Ook de Gouden Straatjes maken een bezoek aan Haarlem zo leuk, vult Mark Marijnen aan. Hij is voorzitter van Haarlem Centraal en mede-eigenaar van stripboekwinkel Jopo de Pojo: "Kleine boetieks aangevuld met grotere winkels, dat maakt winkelen in onze stad uniek. Winkelende bezoekers dragen bij aan een levendige binnenstad, wat een positieve invloed heeft op het aantrekken van nieuwe ondernemers. Hier zetten Haarlem Centraal en de Centrum Management Groep zich zeer actief voor in."

Anne-Marije besluit: "Een gezonde bezoekerseconomie is goed voor het ondernemersklimaat en maakt het aantrekkelijker voor ondernemers om zich in de binnenstad te vestigen en er te blijven investeren. Dat is gunstig voor de welstand van de stad, juist ook voor inwoners en ondernemers. Daarmee is de bezoekerseconomie een belangrijke pijler onder een vitale en toekomstbestendige binnenstad."

Bridgen, biljarten en boekhouden

Ingrid Plaatsman kwam als 'partner van' wel eens bij Sociëteit Vereeniging. In coronatijd werd ze zelf ook lid, vooral om de club in moeilijke tijden financieel te steunen. Geleidelijk aan raakte Ingrid echter steeds meer betrokken en is ze er inmiddels minstens twee dagen per week te vinden.

De laatste twintig jaar van haar werkzame leven bracht Ingrid door bij communicatiebureau Van Luyken, als bureaumanager. Haar organisatorische talent in de 'backoffice' zette ze ook in toen Sociëteit Vereeniging in zwaar weer zat, door de penningmeester te ondersteunen bij de facturatie van contributie. Als echt spelletjesmens sloot Ingrid zich al snel aan bij de bridgeclub én leerde ze biljarten. Ook hielp Ingrid vorig jaar bij de organisatie van de open dag, ondanks dat ze daar zelf niet bij aanwezig kon zijn, én is ze regelmatig op het parkeerterrein in de weer om onkruid te wieden. Ingrid: "Al met al voel ik me hier enorm thuis. Nu ik met pensioen ben, houd ik een relaxed tempo aan. Maar de wekelijkse afspraken met de bridge- en biljartclub staan vast in mijn agenda, de rest plan ik daar omheen, dat zegt denk ik wel genoeg."

Ondernemers van de toekomst van start bij Inholland Haarlem

Ruim 150 studenten zijn begonnen aan de opleidingen Business Studies en Finance & Control van Hogeschool Inholland Haarlem. Na het leren kennen van stad, opleiding en medestudenten tijdens de introweek begint deze week de inhoudelijke onboarding. Voor jongeren die nog geen studiekeuze hebben gemaakt, is het tot 1 oktober mogelijk alsnog in te stromen.

Eén van de nieuwe studenten is Jaimy (Business Studies). Vorig jaar studeerde hij commerciële economie aan een andere hogeschool, maar daar is hij voortijdig gestopt. "We zaten met zestig man in een collegezaal, begeleid door twee docenten. Voor mij werkte dat niet, ik wil vragen kunnen stellen en vind persoonlijke begeleiding prettig. Ik heb de indruk dat die aandacht er bij Inholland veel meer is. In de introweek is dat in ieder geval bevestigd, we hebben daar al een aantal docenten leren kennen en ook heel goed contact met ouderejaars die de introweek organiseren en begeleiden."

Breed en gespecialiseerd

Bij Business Studies worden studenten eerst breed opgeleid, om zich daarna te verdiepen in een vakgebied als Ondernemen, Logistiek of Marketing & Sales. Bij Finance & Control draait het vooral om het lezen, begrijpen en analyseren van cijfers en het vertalen daarvan naar de dagelijkse praktijk en (beleids)keuzes. In beide opleidingen ligt de nadruk sterk op samenwerking met het werkveld. "Tijdens de onboarding doen we dat heel laagdrempelig", vertelt teamleider Ike Melsert. "Bijvoorbeeld door studenten op straat te laten kijken naar beeldmerken, waarmee ze alert worden op bedrijvigheid in een alledaagse omgeving. Daarnaast hebben we regelmatig sprekers uit het werkveld en gaan studenten van start met een marketing-businesscase. In eerste instantie individueel, later in groepjes. Zo kunnen ook studenten die zich later inschrijven nog instromen. Bijvoorbeeld jongeren die nog geen studiekeuze hebben gemaakt, of mbo'ers die hun opleiding net hebben afgerond."

Naast geïnteresseerde studenten zijn ook ondernemers van harte welkom, bijvoorbeeld voor een gastles of stage- of afstudeeropdrachten. Ike: "Voor onze studenten is het heel goed als zij zich in de praktijk kunnen ontwikkelen, andersom weten we dat zij als nieuwe generatie een waardevolle bijdrage leveren aan de toekomst van bedrijven."

WWW.GOEDEZAKEN.NU/AGENDA

DI. 8 SEPTEMBER | 17:30-19:30 UUR
Workshops worsten maken
Hans Cordemeijer laat zien hoe ambacht, passie en smaak samenkomen.
Locatie: Paviljoen Loef, Haarlem
www.sparkznetworking.nl

DI. 8 SEPTEMBER | 18:00-21:00 UUR
Jubileumdiner MAAK
Over 'de Waarderpolder en stad' - toen, nu en in de toekomst.
Locatie: Maak Haarlem
www.maakhaarlem.nl

DI. 15 SEPTEMBER | 10:30-15:00 UUR
Haarlemse Prinsjesdaglunch 2026
Jaarlijks zakenevenement met een 'oranje tintje'. Voor bedrijfsleven, overheid en beroepsonderwijs.
Locatie: De Koepel, Haarlem
www.haarlemseprinsjesdaglunch.nl

DO. 17 SEPTEMBER | HELE DAG
Kennemer Cleanup Day
Actieve en zinvolle middag voor bedrijven en hun medewerkers.
Diverse locaties.
www.vwc-buuv.nl

COLOFON

Goede Zaken is een commerciële uitgave, geproduceerd onder redactionele verantwoordelijkheid van:
decoalitie COMMUNICATIESPECIALISTEN

Tips en contact:
info@goedezaken.nu

Let's do business waarderpolder.nl
Stan&Wende rendement voor generaties
KRANS NOTARISSEN
beter business
inholland hogeschool
SOCIËTEIT VEREENIGING
HAARLEM marketing
Kennemer Impact