

Gemeenteraad Ridderkerk

Uw brief van	Uw kenmerk	Ons kenmerk 39353	Datum 31 DEC. 2013
Contact R.V.E van Beekom	Telefoon 0180-451488	E-mail R.v.beekom@ridderkerk.nl	Bijlage(n)

Betreft: Marketingaanpak Cornelisland

Geachte leden van de raad,

Bij de vaststelling van de grondexploitatie Cornelisland in mei 2013, hebben wij toegezegd u te informeren hoe wij de acquisitie van bedrijven voor Cornelisland vormgeven.

In juli 2013 hebben wij u via de RIB 'Actieplan acquisitie Cornelisland' (kenmerk 20004) geïnformeerd hoe wij invulling willen geven aan de acquisitie van bedrijven voor Cornelisland.

Wij hebben gekozen voor twee hoofdthema's: De marketingstrategie en de aanpak hoe bedrijven actief te benaderen. Tijdens de algemene beschouwingen hebben wij aangegeven u hierover uiterlijk in december te informeren.

In deze brief leest u welke acties wij de afgelopen maanden in het kader van de marketing hebben uitgevoerd en gaan we kort in op de stand van zaken van Cornelisland. Tenslotte is opgesomd wat het eerste kwartaal van 2014 wordt gedaan om de naamsbekendheid van Cornelisland op de juiste manier in de markt te zetten.

Uitgevoerde acties:

- Bouwbord bij entree van het gebied, onthulling op 31 juli 2013 inclusief publiciteit;
- Website aangepast op inhoud en vindbaarheid: www.ridderkerk.nl/cornelisland
Ook het beeldmerk van Cornelisland is aangepast voor deze website;
- Netwerkbijeenkomst:
In oktober is er een netwerkbijeenkomst georganiseerd bij HAK Transport. Tijdens deze bijeenkomst is de nieuwe markt naam van Cornelisland gepresenteerd:
Cornelisland Business knooppunt Ridderkerk;
- Er zijn gesprekken gevoerd met verschillende makelaars;
- Promotie in verschillende vakbladen zoals: Rijnmond Business, Business & more;
- Nieuwsbrief:
In de bijlage kunt u de eerste nieuwsbrief vinden die is verzonden aan partijen die verbonden zijn aan Cornelisland. Dit zijn gegadigden, maar ook grondeigenaren,

ontwikkelaars en makelaars. Wij hopen via de nieuwsbrief bedrijven te informeren over en enthousiast te maken voor Cornelisland. Het doel is de naamsbekendheid van Cornelisland bij de doelgroep te vergroten.

- Onderhoud gebied uitgebreid:
Onderdeel van de marketingaanpak is het gebied de uitstraling te geven die past bij een modern bedrijventerrein. Daarom is gestart met het intensiveren van het onderhoud van het gebied, onder andere door regelmatig te maaien. Deze maand is de aanleg van de infrastructuur gestart en is de bestaande infrastructuur verbeterd. De ontwikkeling van het gebied is nu ook op de locatie zelf zichtbaar.

Marketingaanpak:

In het derde kwartaal van 2013 is het marketingplan Cornelisland opgesteld en zijn we gestart met de intensievere aanpak van de verkoopactiviteiten. Het marketingplan heeft als doelstelling Cornelisland te positioneren als interessante en aantrekkelijke vestigingslocatie en richt zich op potentiële kopers van grond en op betrokken partijen met belangen in het gebied. Deze laatstgenoemde partijen spelen een belangrijke rol bij de acquisitie van Cornelisland. Op basis van de gesprekken met de doelgroep is de marketing van Cornelisland verder vormgegeven en zijn de volgende keuzen gemaakt:

- Ontwikkelen van een merkstrategie en bijbehorende huisstijl, deze wordt in alle uitingen omtrent Cornelisland toegepast;
- Merkstrategie vertalen naar promotiemiddelen en –momenten;
- Alle communicatie verwijst naar www.ridderkerk.nl/cornelisland, hier is de laatste stand van zaken vindbaar.

Stand van zaken Cornelisland

In mei zijn het bestemmingsplan en exploitatieplan Cornelisland vastgesteld. Het bestemmingsplan en exploitatieplan Cornelisland zijn nog niet onherroepelijk. Er is beroep aangetekend door een van de grondeigenaren tegen het exploitatieplan. Dit beroep heeft alleen betrekking op de gronden van de eigenaar. Dit betekent dat de gemeente toch verder kan gaan met de ontwikkeling van de overige delen van Cornelisland.

In 2013 is gestart met het bouwrijp maken van de derde (Kop van Cornelisland) ontwikkelingsfase. De hoofdontsluiting van Cornelisland is geprojecteerd op gronden die nog niet in eigendom zijn verworven. Om deze reden is de huidige Schaapherderweg opgewaardeerd, zodat een acceptabele ontsluiting van het gebied gegarandeerd is.

In 2013 is ca. 15.000 m² grond uitgegeven aan een ontwikkelaar. Het betreft een afspraak die al in het verleden met de ontwikkelaar is gemaakt.

Er vinden op dit moment gesprekken plaats met verschillende gegadigden. Deze gesprekken hebben echter nog niet geleid tot het sluiten van een optie-, of verkoopovereenkomst.

Post NL is begonnen met de bouw van een sorteer-, en distributiecentrum op het perceel waar voorheen tuincentrum Staelduinsebos gevestigd was. Dit distributiecentrum zal aan het eind van de zomer operationeel zijn.


Acties eerste kwartaal 2014

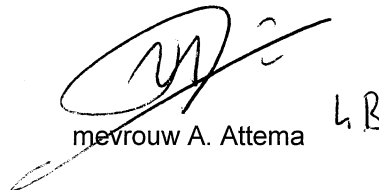
De komende maanden willen wij benutten om de bekendheid van Cornelisland en het aantal contacten met potentiële kopers te vergroten. Hieronder geven we de acties aan die in ieder geval concreet ingepland zijn.

Januari	actie
15-16	People's Business, promotie op Ridderkerkplein
	Persoonlijke benadering potentiële kopers
Februari	Verzenden 2 ^{de} digitale nieuwsbrief
	Advertenties in vakmedia

Wij gaan er van uit u met het bovenstaande voldoende geïnformeerd te hebben.

Hoogachtend,
Het college van burgemeester en wethouders van Ridderkerk,
de secretaris, de burgemeester, b.a.


de heer H.W.J. Klaucke


mevrouw A. Attema LB

