



MEE IN DE VERANDERENDE WERELD

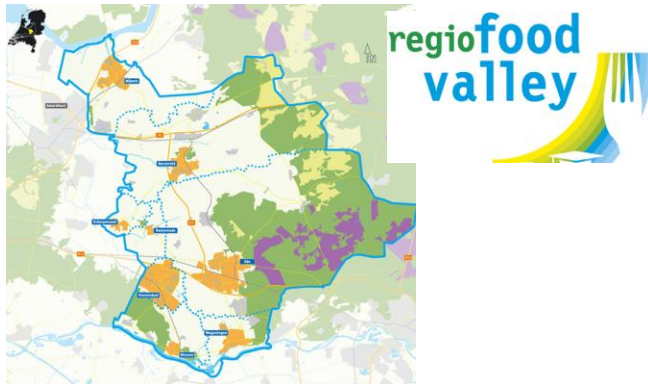
Maar wel dicht bij onszelf; Intratuin **Barneveld**...

Lukas Uljee
Ton Uljee

1 GEDEELD DNA

FOODVALLEY,
BARNEVELD
& INTRATUIN





REGIO FOOD VALLEY

- DE KIEM LIGT IN DE REGIO
- GEMOEDELIJKHEID EN DE MENSELIJKE MAAT VOEREN DE BOVENTOON
- DUURZAAMHEID
- HET SLUITEN VAN KRINGLOPEN
- BEWUST EN GEZOND ETEN



GEMEENTE BARNEVELD

- SAMEN DENKEN, SAMEN DOEN
- BETROKKENHEID
- HECHTE SOCIALE VERBANDEN
- SOCIAAL EN VITAAL
- NETWERKSAMENLEVING

INTRATUIN BARNEVELD

- MADE IN BARNEVELD
- GROEN, GEZOND EN DUURZAAM
- HARTELIJK, VERBINDEND
- BEZIELEND, MET GROEI ALS PASSIE
- FLEXIBEL EN MEEDENKEND



2

INTRATUIN BARNEVELD

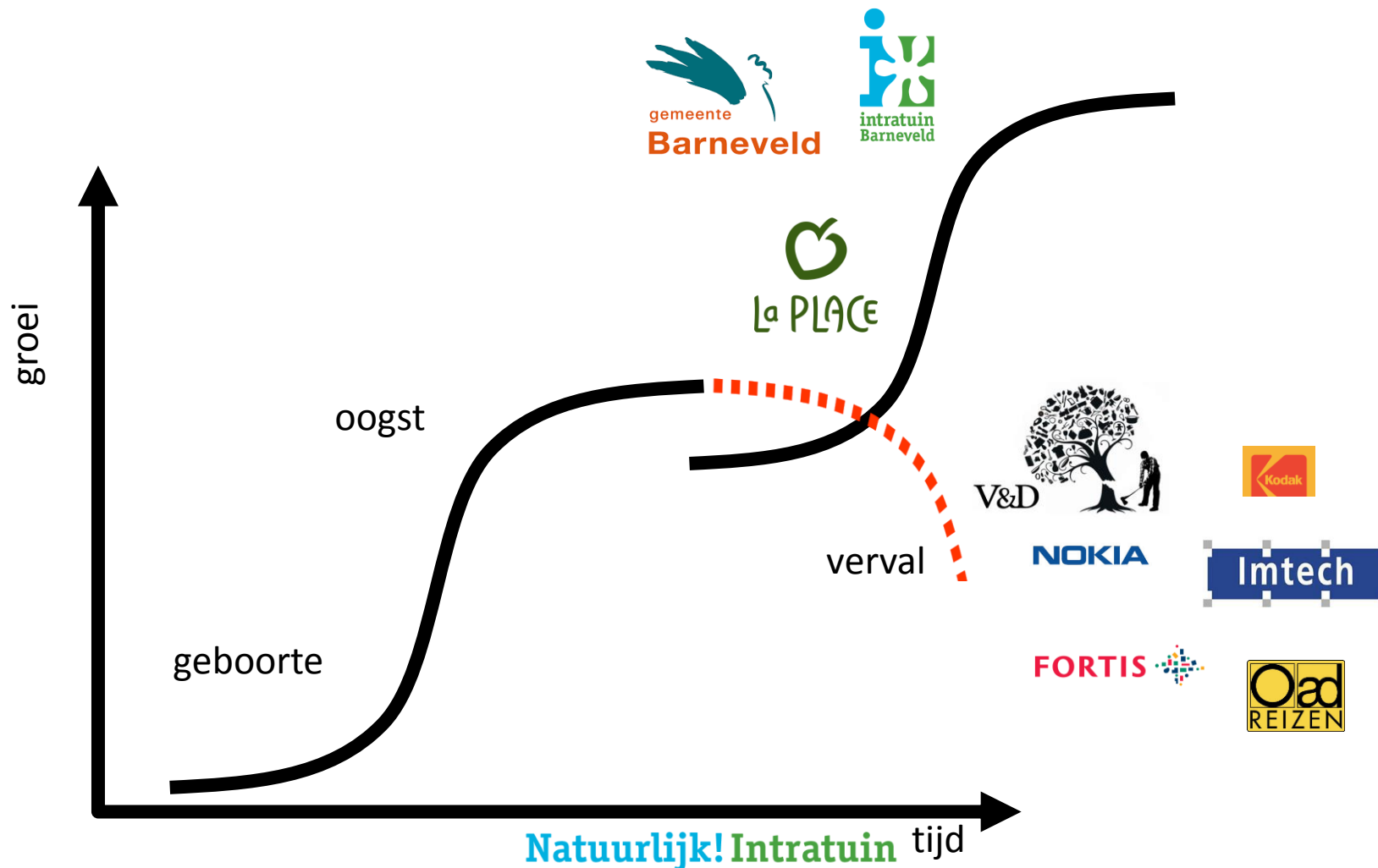
- 2.1 Historie
- 2.2 Het merk
- 2.3 De toekomst van Intratuin Barneveld



2.1 DE REIS

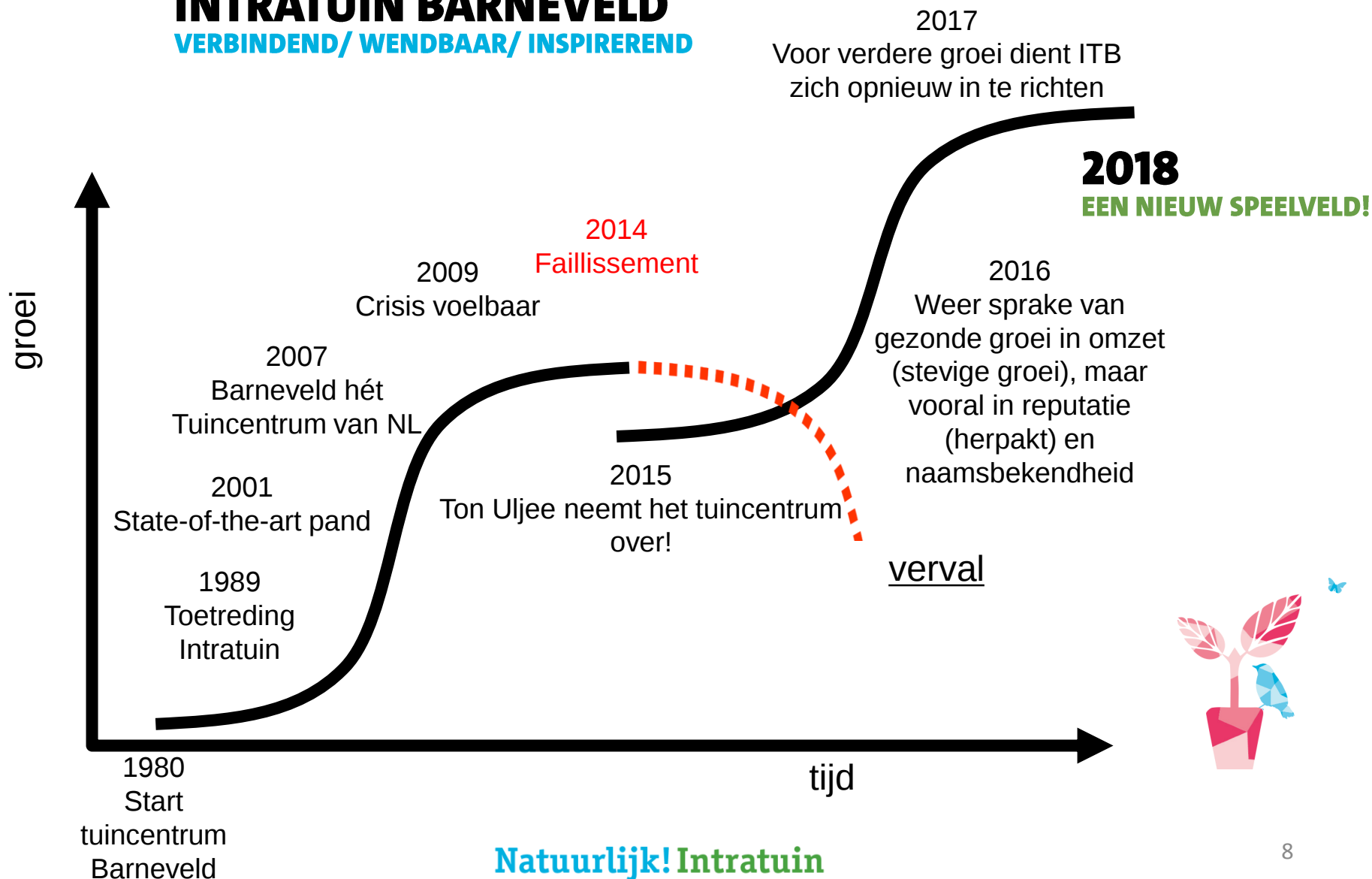
VAN HISTORIE NAAR
EEN NIEUW SPEELVELD

Wie zelf niet verandert, wordt veranderd



INTRATUIN BARNEVELD

VERBINDEND/ WENDBAAR/ INSPIREREND

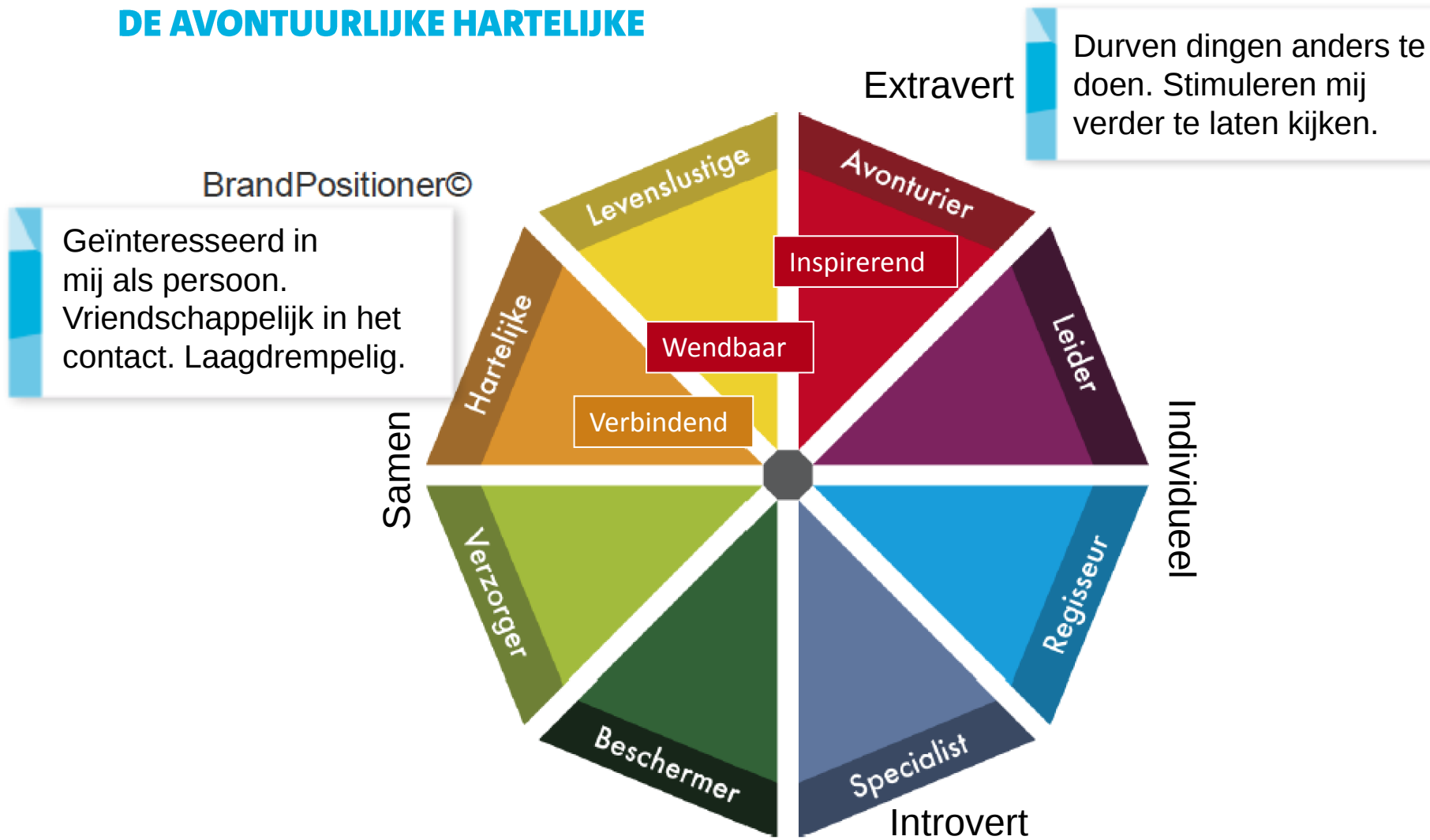




2.2 HET MERK INTRATUIN BARNEVELD NATUURLIJK VERBINDEND

INTRATUIN BARNEVELD

DE AVONTUURLIJKE HARTELIJKE



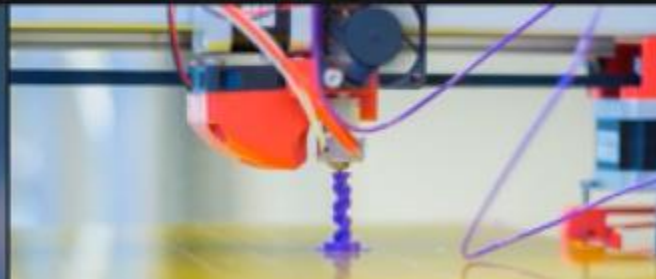


2.3 DE TOEKOMST HET NIEUWE SPEELVELD!

HET NIEUWE SPEELVELD



SELF DRIVING CARS - ROBOTICS - ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTERNET OF THINGS - 3D PRINTING - BIO TECHNOLOGIES



De 'wereld' verandert continu. Op dit moment verandert de wereld echter op vele fronten tegelijkertijd. We zien een enorme versnelling van innovaties, die in aard en intensiteit toenemen. Digitale transformatie, snel wijzigende bedrijfsmodellen, nieuwe toetreders, snel wijzigende regelgeving en mensen die met behulp van social media in staat zijn als collectief grote invloed uit te oefenen op korte termijn. De digitalisering is hierin een sterk stimulerende factor. Die maakt niet alleen dat de dynamiek van de economie verandert, maar ook die van de maatschappij als geheel; sneller, individualistischer, onpersoonlijker, etc. etc.. Niet voor niets is er sprake van een sterke tegentrend van de versnellende, digitale economie. Naar wellness, sociale interactie en oog voor de natuur en leefomgeving. We zoeken actief naar de menselijke maat. Terug naar de basis. Naar gezond en GROEN! **Tegentrend > Hang naar de menselijke maat, hechte communities en GROEN> Intratuin Barneveld 3.0**

Intratuin Barneveld 2016 : verbinding & community rond Groen, gezond en duurzaam

KINDEREN | PLEZIER EN EDUCATIE





donderdag 19 januari
BOMEN OVER TUINVOGELS!
MET NICO DE HAAN

Intratuin Barneveld 2016 : verbinding & community rond Groen, gezond en duurzaam

EEN PODIUM VOOR 'BARNEVELDS' TALENT



Intratuin Barneveld 2016 : verbinding & community rond Groen, gezond en duurzaam

PROMOTIE VAN STREEK EN STREEKPRODUCTEN



DE HEIDEBROUWERIJ
REAL CRAFT BEER - HOLLAND



De Valksche Bijenhof

IMKERIJ



Eco Fields
Een levend verantwoord groen

Tuinfeest met streekproducten bij Intratuin Barneveld

27-05-2016, 14:11 | Van de redactie



Intratuin Barneveld 2016 : verbinding & community rond Groen, gezond en duurzaam **NATUURLIJK! GENIETEN**



Natuurlijk! Intratuin



3 SAMEN DENKEN, SAMEN VERDER?

De **AMBITIES** OP RIJ: EEN NATUURLIJK SAMENGAAN (1)



Intratuin Formule (*Intratuin Merkboek Ondernemers (september 2016)*):

- Dé groenspecialist met kennis van wat in de wereld gebeurt en wat lokaal speelt; per vestiging **aangepast aan lokale marktomstandigheden en actualiteiten (local hero)**;
- wij vinden dat natuur de kern van het leven is, want groen is relevant voor mensen; het geeft rust, ontspanning, zuurstof en gezondheid. daarom willen we **de natuur bereikbaar maken voor iedereen**;
- **Samenwerken ligt in de oorsprong van Intratuin**;
- we werken zoveel mogelijk met **leveranciers uit de buurt, met een duurzaam karakter**;
- een **continue drang naar vernieuwing, beleving en service**;
- **natuur- en agri-producten bekend en bereikbaar maken**;
- de klant anno 2020 is bereid om meer te betalen voor bijzonder, **maar dan moet bijzonder ook echt bijzonder zijn!**;
- o.a. door digitalisering **noodzaak tot nieuwe business modellen**;
- **dienstverlening, horeca, beleving en inspiratie** moeten verder ontwikkeld worden;
- in **2020 zal zeker 40% van de omzet (moeten) bestaan uit 'new business'**.

De **AMBITIES** OP RIJ: EEN NATUURLIJK SAMENGAAN (2)

FoodValley (*Beleidsdocument strategische agenda*):

- ✓ Hét agrofoodcentrum van Europa;
- ✓ **gemoedelijkheid en menselijke maat** voeren de boventoon;
- ✓ de regio kenmerkt zich met waarden **als groen, gezond en duurzaam**;
- ✓ **de voordeur in de stad en de achterdeur op het platteland**;
- ✓ **het bedrijfsleven zet zich in om de FoodValley te vermarkten**;
- ✓ pleiten voor **meer en beter samenwerken** onder het motto ‘**ontmoeten, verbinden, en versterken**’;
- ✓ **een belangrijke toegangspoort tot de FoodValley is het knooppunt A1/A30**.

Barneveld (*Strategische visie 2030*):

- ✓ **Een sterke partner zijn in de Regio FoodValley** (toegangspoort tot de FoodValley (A1/A30));
- ✓ de wereld om ons heen verandert en onze manier van leven ook. Daar willen en moeten we op inspelen, samen met maatschappelijke organisaties, regiogemeenten en provincies. **Nu moeten dwarsverbanden worden gelegd**;
- ✓ de **groei** naar 65.000 – 70.000 inwoners in 2040 te faciliteren;
- ✓ **een energieneutrale en klimaatbestendige gemeente te worden**.

INTRATUIN BARNEVELD: DE TRECHTERMOND

‘Dichtbij’

- **Dé ‘Groene’ onder de Intratunnen** (o.a. prijs voor beste groenbedrijf van Nederland in december j.l.);
- **toegangspoort tot, en ambassadeur van Barneveld en de FoodValley** (A1/A30);
- **verbindende schakel**, legt dwarsverbanden tussen de ambities van de Food Valley, de gemeente Barneveld & Intratuin
- De wens is om **de verbindende factor te vergroten en te versterken**;
- daarmee versterken we samen aan de **trechterfunctie** (regionaal), waarbij Intratuin Barneveld zich als **trechtermond inricht**;
- een trechter voor bezoekers uit de grotere regio. **Dicht bij de klant van ver weg**;
- een trechter voor de winkelkern. Een podium voor lokale winkeliers, maar ook kunstenaars, sportverenigingen, non-profit organisaties, scholen, bekendheden het bedrijfsleven etc.. **Dicht bij Barneveld**;
- een trechter voor de agrarische kern. Een podium voor streekproducenten die hun verhaal en achtergrond kunnen delen. **Dicht bij de regio**;
- gericht op **‘ontmoeten, verbinden, en versterken’**, want ‘ook innovatie begint met elkaar ontmoeten’.
- Uitvoering geven aan de gezonde ambities van de regio FoodValley en het nieuwe PDV beleid!



4

NATUURLIJK BARNEVELD

NATUURLIJK INTRATUIN 2.0

VERBINDEND/ WENDBAAR/INSPIREREND



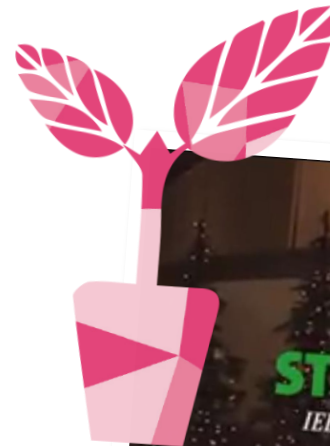
‘ONTMOETEN’, ‘VERBINDEN’ en ‘VERSTERKEN’

onder het mom van

‘GROEN, GEZOND en DUURZAAM’

Als onderdeel van de regio, trechtermond van Barneveld en de FoodValley

5 HOE MAKEN WE DAT WAAR?



NATUURLIJK BARNEVELD, NATUURLIJK INTRATUIN 2.0 (1)

De bestaande merkwaaarden (verbindend, wendbaar en inspirerend) een nieuwe lading geven (anno 2018) in lijn met de ambities van de gemeente en de FoodValley:

KWALITATIEVE AANPASSINGEN VOOR EEN NIEUW SPEELVELD

Ontmoeten, verbinden en versterken vanuit de kernwaarden: Groen, gezond en duurzaam

Een klein stukje kwantitatieve uitbreiding voor een grote kwalitatieve verbetering

- Verplaatsen van afdeling tuinmeubelen c.q. kerst van bovenverdieping naar beneden;
- daarvoor uitbreiding pand op parkeerterreinen aan de linkerzijde van het pand;
- verplaatsen horeca van beneden naar bovenverdieping;
 - op de verdieping wordt een combinatieconcept aan de dis/landwinkel/horeca gerealiseerd;
 - de landwinkel in samenwerking met lokale coöperatie 'Boerenhart';
 - in aparte workshopruimtes kunnen exposities, seminars, workshops en trainingen plaatsvinden;
 - bij dit hoge 'belevingskarakter' i.c.m. horeca past het nuttigen van dranken (biologische en frisdranken (non-alcoholisch en alcoholisch);
 - in de uitwerking van dit seizoensgedreven, thematische en continu bewegende concept worden ook betrokken: streekproducenten, lokale koks, kunstenaars, lokale winkeliers en leveranciers;
 - de horeca behoudt een ondergeschikte rol, maar met een zelfstandig karakter en dus met haar eigen dynamiek. Als gevolg dient ook gedacht te worden aan uitloopuren na sluitingstijd.
- beperkte uitbreiding van de hal (Voornamelijk ten koste van winkel), dit om een aparte opgang naar boven te realiseren.
 - in deze hal blijven de verkoopactiviteiten voor bloemen en ambulante handel;
 - door deze kleine uitbreiding ontstaat op de bovenverdieping een ruimte voor buitenterras.
- gedeeltelijk overdekken van verkoopactiviteiten buiten (rechterzijde pand);
 - bestaande m2 buitenterrein overdekken, geen uitbreiding;
 - noodzakelijk voor het tentoonstellen van het verplichte minimum Intratuinassortiment voor het najaarseizoen (Leven in de Tuin etc.);
 - de buitenmeters worden in de winter beperkt gebruikt;
 - overdekken van gedeelte van buitenmeters beperkt geluidsoverlast;
- Constructie voor promotie van Foodvalley/Barneveld (promotievoorziening/kiosk)

6 WAT LEVERT DE SAMENWERKING OP?



EEN GEZICHT GEVEN AAN HET GEDEELDE DNA / AMBITIES

- ONTMOETEN, VERBINDEN EN VERSTERKEN
- GROEN, GEZOND EN DUURZAAM
- GEMOEDELIJKHEID EN DE MENSELIJKE MAAT
- BARNEVELD DE TOEGANGSPOORT TOT DE REGIO FOODVALLEY
- INTRATUIN ALS TRECHTER VOOR BARNEVELD (dicht bij de klant van ver weg, dicht bij Barneveld)

EEN BLOEITUIN VOOR INNOVATIE, TALENT EN COMMUNITIES

- ONTMOETEN, VERBINDEN EN VERSTERKEN
- DICHT BIJ WINKELIERS, KUNSTENAARS, STREEKPRODUCENTEN, SCHOLEN, BSO& KDV'S, NON-PROFIT ORGANISATIES (STAATSBOSBEHEER), BEKENDHEDEN, GOEDE DOELEN ETC.
- KENNISCENTRUM VOOR NATUUR EN LEEFOMGEVING
- EEN BLOEITUIN VOOR DWARSVERBANDEN

PROMOTER VAN BARNEVELD

- PROMOTEN VAN ACTIVITEITEN / INITIATIEVEN EN EVENEMENTEN
- PROMOTER VAN DUURZAAMHEID (energieneutraal en klimaatbestendig)



TOT ZOVER

