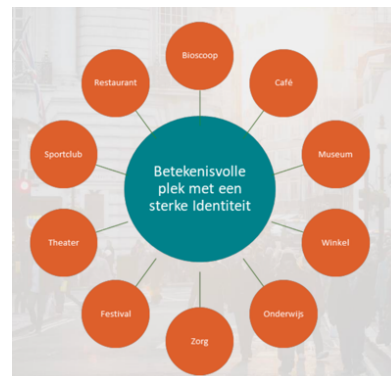


TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA DWINGELOO 20 MAART '24

Na de aftrap van het Identiteitsprogramma in Dwingeloo eind februari vond op woensdag 20 maart de tweede (creatieve) sessie plaats. Dit keer waren wij te gast bij het mooie bedrijf van Hilbert Wiechers, Wiechers Wonen. En ook nu was de opkomst hoog. Veel bekende gezichten, maar ook de nodige nieuwe gezichten met wederom een grote diversiteit aan sectoren. Niet alleen winkeliers, horecaondernemers, maar ook verschillende organisaties en instellingen met een maatschappelijke rol.

Tijdens deze bijeenkomst is door Tom en Yvo eerst teruggeblikt op de eerste sessie. Waarom een identiteit zo belangrijk is, dat het meer is dan kortings- of spaaracties en dat het verder gaat dan conceptueel denken. Met identiteit geef je je merk, je winkel of je centrum écht betekenis. En daar draait het steeds meer om: hoe kunnen wij de fysieke plek gebruiken om verbinding te maken met de doelgroep en hoe kunnen wij deze meer betekenis geven door te kijken naar de functie en de identiteit?



Merkidentiteit van een kern kent daarbij veel raakvlakken met de persoonlijkheid/ identiteit van ieder individueel bedrijf, organisatie of vereniging uit die kern. Via de identiteitsscan hebben wij dit onderzocht en meer zicht gekregen in de identiteit van ieder bedrijf en daarmee van de kern. Mede aan de hand van de uitkomsten van het onlineonderzoek hebben wij vastgesteld dat er in Dwingeloo **3 dominantere rollen** aanwezig zijn:

Voorkeursrollen:



1. De goedaardige: "In Dwingeloo en omgeving is er een sterke onderlinge verbondenheid en saamhorigheid tussen ondernemers, verenigingen en stichtingen. Iedereen koestert de authenticiteit en het oprechte contact en mede daardoor heerst er een grote mate van bereidheid om te investeren in gemeenschapszin."

2. De beschermers: "De ondernemers, verenigingen en stichtingen uit Het Dwingeloo zijn betrokken bij - en geven zorg aan - de samenleving, de maatschappij en zetten zich continue in voor de leefbaarheid het gebied."

3. De liefhebber: "Dwingeloo ademt de sfeer van bedrijven gerund door vakmensen die passie en liefde hebben voor mooie, eerlijke producten, ambacht en vakmanschap. Vol overgave kunnen zij klanten, bezoekers, passanten mooie verhalen hierover vertellen."

Daarnaast hebben wij met elkaar gekeken naar de doelgroepen in Dwingeloo waar wij op ons willen richten. Inmiddels beschikken wij overigens ook over de uitkomsten van het koopstroomonderzoek, waarmee wij de volgende doelgroepen kunnen herkennen en onderscheiden:

Doelgroepen:

In Dwingeloo richten wij ons vooral op:

1. De **Eigen inwoners** van Dwingeloo en directe omgeving -> die vormen volgens het koopstroomonderzoek voor de detailhandel en horeca de belangrijkste doelgroep.
2. De **Regionale 'bewuste/gerichte' bezoekers** uit de gemeente Westerveld, die gebruik maken van de faciliteiten van het gebied en om die reden de omgeving frequent bezoeken.
3. De **Recreant**; inwoners uit de omliggende regio die voor de besteding van vrijetijdsactiviteiten en ontspanning kiezen voor Dwingeloo.
4. De **Toeristische bezoekers**; de natuurliefhebber, fietser of wandelaar die kiest voor rust, ruimte en van het gebied.



VAN VOORKEURSROLLEN NAAR 12 EXPERIMENTEN

Het definiëren van je voorkeursrollen en het bepalen van je doelgroepen geeft richting aan je identiteit. Maar hoe maak je dit verder concreet en kun je hier mee aan de slag?

Op basis van deze voorkeuren zijn alle deelnemers uitgedaagd om als huiswerkopdracht experimenten te bedenken die goed zouden passen bij een van de voorkeursrollen en doelgroepen.

Uiteindelijk zijn er 11 ideeën aangeleverd. Iedere deelnemer is daarna gevraagd om in een korte presentatie tijdens de bijeenkomst iets meer uitleg te geven over het idee waarbij de anderen dit konden aanvullen of aanscherpen. Ter plekke zijn er experimenten samengevoegd, nieuwe experimenten toegevoegd of bestaande experimenten aangevuld.



Uiteindelijk ontstond er zo een lijst met 12 leuke, unieke, gerichte of vernieuwende experimenten.

HET RANKEN VAN DE EXPERIMENTEN

Vlak voor de pauze werden de deelnemers gevraagd live punten toe te kennen aan hun favoriete idee. Daarbij mocht iedereen 10, 7, 5, 3 of 1 punten verdelen waarbij ieder idee maar één keer in de punten kon vallen.



Na de pauze werd de uitkomst bekend gemaakt. Er zijn 4 experimenten die heel hoog scoren, zowel in totaal aantal punten als in het gewogen gemiddelde.

De hele lijst is overigens terug te vinden in de bijlage.

DE UITSLAG: DE TOP 4 VAN DWINGELOO

	<u>Werk titel experiment</u>	<u>Ingebracht door/ contactpersoon</u>
1	Onderwijs/studenten enthousiast maken voor de maaksector	Mike Vos
2	Buiten bioscoop op de Brink	Fleur Bergmans
3	Zoektocht naar een plek voor de lokale jeugd (drinken - doen)	Jesse Strijdonck
4	Sterrenkijk ligbanken	Marco Dekker

AAN DE SLAG! SLUIT AAN BIJ UITVOEREN VAN DE PLANNEN!

Met alle vier de experimenten zal op korte termijn een opstart gemaakt worden. Per experiment zijn er tijdens de avond daarom gelijk werkgroepjes gevormd die met de experimenten aan de slag gaan. Eerst met het verder uitwerken, daarna met de uitvoering.

Spreekt je dit aan? En lijkt het je leuk om jouw bijdrage te leveren? Bijvoorbeeld bij het bedenken en uitwerken, maar ook als je het leuk vindt om bij de uitvoering betrokken te worden. Dat kan! Stuur dan een bericht naar Marieke Varekamp van Ondernemend Westerveld secretariaat@ondernemendwesterveld.nl of neem contact op met een van bovenstaande contactpersonen.

WAT GEBEURT ER MET DE ANDERE IDEEËN VAN DE LIJST?

Alle andere ideeën van de lijst zijn stuk voor stuk enorm waardevol en blijven zeker in beeld.

De focus ligt eerst op deze 4 experimenten. Daar is nu het meeste draagvlak voor. Zodra die zijn opgestart en er weer ruimte is om met nieuwe initiatieven te starten zal in overleg met de deelnemers een volgende selectie worden gemaakt uit deze lijst. En heb je tussentijds nieuwe leuke initiatieven die aansluiten bij de voorkeursrollen? Top! Breng die dan in bij een volgende selectie- en stemronde. Daarmee bouwen wij stapje voor stapje aan het DNA van Dwingeloo.

AAN DE SLAG!

Om de uitwerking van de experimenten te structureren is een standaard document aanwezig dat als format gebruikt kan worden. De groepen gaan hiermee nu eerst aan de slag. En willen jullie bij de uitwerking (of straks bij de uitvoering) nog even klankborden of overleggen? Yvo en Tom zijn voor de werkgroepen beschikbaar om op afstand inhoudelijk mee te kijken!

ENKELE TIPS VOOR EEN SUCCESVOLLE UITVOERING

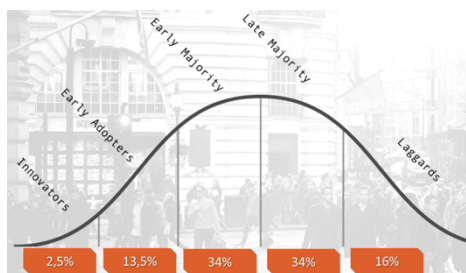
Quantum of Newton organiseren? Onderdeel van de slotsessie was ook de vraag hoe je binnen een centrum zoals Dwingeloo succesvol veranderingen of experimenten (zoals leuke evenementen) georganiseerd krijgt. Veranderingen kun je namelijk op twee manieren aanvliegen: de **Newton** manier of de **Quantum** manier. Op plekken zoals Dwingeloo werkt een Quantum manier het allerbeste.

Quantum vs. Newton	
Quantum	Newton
Complex	Eenduidig
Chaotisch	Volgens duidelijke regels
Onzeker	Beheersbaar
Vertrouwen	Zekerheid
Bottom-up	Voorspelbaar
Leiderschap	Controle
Experimenteel	Management
Zelf organiserend	Reactief

Hoe? Heb aandacht voor relaties binnen Dwingeloo, voor combinaties en sluit daarbij vooraf niets uit. Zoek naar wat in de praktijk echt werkt in plaats van wat in lijn is met duidelijke regels en afspraken. Ga experimenteel van start en ga via kleine interventies op ontdekking uit wat wel en wat niet werkt.

Je krijgt nooit alle ondernemers in Dwingeloo mee!

Is dat erg? Maakt echt niet uit! De beweging die je met 8 enthousiaste collega's op gang brengt is echt veel waardevoller dan een collectief met 100 man waar geen initiatief van uit gaat!



Focus je op de Innovators en Early adopters binnen je ondernemersbestand. Die vormen samen ongeveer 15% van de massa. In Dwingeloo goed voor 5-8 ondernemers en veelal de vaste kern die wij de afgelopen sessies hebben mogen ontmoeten. Een zeer belangrijke kritische massa om een beweging op gang te brengen. Met name de Early Majority (35%) zal de Early adopters nauwgezet volgen en snel aanhaken als het een succes wordt. Daarmee krijg je zonder al te veel inspanning bijna de helft van je ondernemers in beweging!

HOE ZIT HET MET DE ANDERE KERNEN EN HET DNA VAN WESTERVELD?

Ook in de andere kernen is een vergelijkbaar DNA-traject opgestart. Overkoepelend kijken wij hoe de verschillende uitkomsten en thema's mogelijk gecombineerd kunnen worden en zo elkaar kunnen versterken. Dit krijgt dus een vervolg!

VERVOLG BIJeenKOMST: DWINGELOO ALS MERK

DATUM VOLGT!

Wat? Op basis van de uitkomsten van de creatieve sessie en met de eerste inzichten over de opstart van de experimenten komt er nog een vervolgsessie: De kern (Dwingeloo) als merk. Daarin gaan wij met elkaar de opstart van de experimenten bespreken, kijken hoe wij de experimenten naar de doelgroepen gaan vertalen en daarmee het verhaal van het overkoepelende merk van Dwingeloo bepalen.

Wanneer? Nadat de creatieve sessies van de andere kernen afgerond zijn (begin april) gaan wij in overleg met Ondernemend Westerveld en de lokale besturen per kern snel daarna de vervolgbijeenkomst plannen. Dit horen jullie dus nog!

1. Een BIG Band op de Brink (Siet)	2. Buiten bioscoop op de Brink (Fleur)	3. Sterrenwiel tijgbanken (Marco)	4. Goed als hoer voor moederland meer rijkte aan Belegers de ruimte (Anna Vaakamp)	5. Expositie en winkel ruimte voor lokale creatieve mensen (Anna Boers)	6. De muziek koopel (Anna Boers)	7. Sponsor actie > Afdelen een Sier (Anna Boers)	8. Onderwijsstudenten enthoust niet maken voor de maaktektor (Mike Vos)	9. Opdrachtvrijheid voor de maaktektor (Mike Vos)	10. Eenbar - gemeentelijk groen in het dorp Ecologische kunsttuin (Susanne en Leo)	11. Zoektocht naar een plek voor de lokale jeugd (drinken - doen) (Jesse Strijdonck)	12. Beelden reaks op de Brink/ met lokale kunstenaars (Frans van de Brink)	
10 punten	7 punten											
		7 punten		10 punten		5 punten	5 punten	3 punten		1 punt	Jesse	Strijdonck
7 punten	5 punten	3 punten					3 punten			1 punt	Arina	Boers
	1 punt	3 punten							10 punten	1 punt	Yannick	Brand
		3 punten					10 punten	7 punten		5 punten	Mike	Vos
		3 punten	5 punten			1 punt			10 punten	7 punten	Renate	Masselink
	5 punten	10 punten	7 punten							1 punt	Connie	Wieders
1 punt		7 punten	10 punten							5 punten	Diane	van Leeuwen
5 punten	1 punt	3 punten						3 punten		7 punten	Frans	van den Brink
	10 punten							10 punten			Erik	Tongeren
3 punten				1 punt			5 punten	7 punten			Leo	Kocheb
7 punten	5 punten						5 punten	10 punten		7 punten	Leo	Kocheb
5 punten							10 punten	3 punten	1 punt		Siet	Waninge
	10 punten	7 punten						1 punt			Marco	Dekker
							3 punten					
	5 punten			10 punten		7 punten		1 punt	3 punten	5 punten	Henricke	Reiber
	1 punt				3 punten	7 punten			10 punten	1 punt	Djurre	Dinka
			7 punten			5 punten		10 punten	3 punten		Susanne	Hurenkamp
3 punten	10 punten	5 punten	1 punt						7 punten		Fleur	Bergmans
7 punten	10 punten								5 punten	1 punt	koen	zandhuis
						3 punten						