

## TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA DIEVER 2 APRIL '24

Na de aftrap van het Identiteitsprogramma in Diever halverwege maart vond op dinsdag 2 april de tweede (creatieve) sessie plaats. Dit keer waren wij te gast op de camping van Niels Ike, Camping Diever. Zowel winkeliers, horecaondernemers, als ook verschillende maatschappelijke organisaties en instellingen waren vertegenwoordigd.



Nadat Niels op gepassioneerde wijze meer had verteld over de achtergrond en geschiedenis van zijn mooie bedrijf is er door Tom en Yvo 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, je camping of je kern 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 identiteitscan 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 Diever **4** **dominante rollen** aanwezig zijn:

### Voorkeursrollen:

- 1. De goedaardige:** *“De onderlinge verbondenheid van ondernemers, verenigingen en stichtingen en andere belanghebbenden in Diever is groot. Ieder onderhoudt op zijn eigen manier een prettige relatie met inwoners en bezoekers. Het persoonlijke contact zorgt ervoor dat klanten en bezoekers in Diever een warm, veilig en huiselijk gevoel ervaren.”*
- 2. De beschermer:** *“De ondernemers, verenigingen en stichtingen uit Diever dragen in samenwerking actief bij om Diever als gebied aantrekkelijk te houden om er te wonen, leven, sporten en te ontmoeten.”*
- 3. De liefhebber:** *“De omgeving van Diever ademt de sfeer van bedrijven en gerund door vakmensen die passie en liefde hebben voor mooie, eerlijke producten, ambacht en vakmanschap. Vol overgave kunnen zij klanten, bezoekers, en recreanten mooie verhalen hierover vertellen.”*
- 4. De nar:** *“Hoewel de bewoners van Diever van oorsprong rustig en kalm zijn, heerst er een aangename cultuur waarin de nodige zelfrelativering en gezonde dosis humor worden gewaardeerd.”*



Daarnaast hebben wij met elkaar gekeken naar de **doelgroepen** in Diever 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:

- 1. De Eigen inwoners** van Diever en directe omgeving-> die vormen ongemerkt toch een zeer belangrijke doelgroep.
- 2. De Regionale 'bewuste/gerichte' bezoekers** uit de omgeving, die gebruik maken van de faciliteiten van het gebied of gericht één winkel/bedrijf bezoeken en om die reden de omgeving regelmatig bezoeken.



## TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA DIEVER 2 APRIL '24

3. De **Recreant**; inwoners uit de omliggende regio die voor de besteding van vrijetijdsactiviteiten en ontspanning voor een dagje Diever kiezen.
4. De **Toeristische bezoekers**; de natuurliefhebber, fietser of wandelaar (die meestal blijft overnachten) die kiest voor de natuur, het landschap, de rust en ruimte van het gebied.

### VAN VOORKEURSROLLEN NAAR 9 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 10 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 9 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 3 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 3 VAN DIEVER

	<u>Werk titel experiment</u>	<u>Deelnemers</u>
1	<b>Programma horeca &amp; boswachter</b> <i>Samenwerking met (horeca) ondernemers waarbij diner, boswandelingen en presentaties worden gecombineerd.</i>	<i>Hilje de Geus, Emile Bult, Jan Bomers, Ingrid Mascini en Lysander van Oossanen (stand-by)</i>
2	<b>“Een ommetje met jezelf”</b> <i>Ondernemers uit Diever die in samenwerking een 2/3 daagse aanbieden aan deelnemers om zich in de vrij natuur te ontwikkelen en uit te leven.</i>	<i>Wemke de Jong, Margriet Moerenhout, Lysander van Oossanen, Niels Ike en Ruwan Berculo</i>
3	<b>“Jong ondernemend Westerveld”</b> <i>Jonge/ startende ondernemers verenigen en helpen om zich opgenomen te voelen.</i>	<i>Jeanine van der Zijden, Marjolein Rink en Jeanet Sjabbens</i>

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

Met alle drie 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 en het zetten van de eerste stappen en 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](mailto:secretariaat@ondernemendwesterveld.nl) of neem contact op met een van bovenstaande contactpersonen.

## TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA DIEVER 2 APRIL '24

### 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 drie 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 Diever.

### 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!

### 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 BIJENKOMST: DIEVER 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 (Diever) 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 Diever verder verrijken en aanvullen.

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

### TOT SLOT:

Dank aan Niels voor het beschikbaar stellen van de ruimte en gastvrijheid.

Graag tot de volgende bijeenkomst. Succes met alle vervolgstappen, individueel en als groep!

Wij hopen dat jullie de avond als waardevol hebben ervaren.

Groet, Yvo en Tom

### CONTACTGEGEVENS

Tom Kikkert: +31 6 51 36 96 23 | [info@tomkikkert.nl](mailto:info@tomkikkert.nl)

Yvo Smit: +31 6 21 53 75 32 | [info@revision-advies.nl](mailto:info@revision-advies.nl)



# TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA DIEVER 2 APRIL '24

## BIJLAGE TOTAAL UITKOMST RANKING 9 EXPERIMENTEN

UITKOMST DIEVER						Totaal #	Weighted	Totaal	
	1 punt	3 punten	5 punten	7 punten	10 punten	stemmers	Average		
1. Programma Horeca & Boswachter - Lysander	0	2	2	2	4	10	7,0	<b>70</b>	<b>1</b>
2. "Een ommetje met jezelf" - Ruwan	2	0	1	1	4	8	6,8	<b>54</b>	<b>2</b>
5. "Jong ondernemend Westerveld" - Sanne   Jeanine	2	1	2	3	0	8	4,5	<b>36</b>	<b>3</b>
6. Kunnen we een soort "Onderlinge" in Diever opzetten tussen ondernemers - Ruwan	0	4	2	0	1	7	4,6	<b>32</b>	
3. Een moment naar de camping met de ouderenzorg - Emile	1	0	2	1	1	5	5,6	<b>28</b>	
4. We geven welkom tasjes aan onze gasten met Info over de omgeving - Niels	2	1	2	1	0	6	3,7	<b>22</b>	
7. We zoeken nog een clubje, (bridge, klaverjas, breien, enz) wij stellen onze locatie beschikbaar - Niels	2	0	0	2	0	4	4,0	<b>16</b>	
9. Energie project - inzet asielzoekers binnen samenleving - Jeanet Sjabbens	1	1	0	0	1	3	4,7	<b>14</b>	
8. Partnerschap. Een profit bedrijf voor een bepaalde periode koppelen aan een non-profit bedrijf uit een andere kern - Jeanine	1	2	0	1	0	4	3,5	<b>14</b>	