

TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA VLEDDER 4 APRIL '24

Na de inspiratiesessie van halverwege maart, vond op 4 april de creatieve sessie van het Identiteitsprogramma van Vledder plaats. Na de vorige sessie belandden wij dit keer in het **museum Miramar**, het natuurmuseum in Vledder. Verschillende ondernemers, maatschappelijke organisaties en instellingen waren die avond vertegenwoordigd.



Nadat onze gastheer, Maurits van Geel, op gepassioneerde wijze meer had verteld over de achtergrond en rijke historie van het museum 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 museum of je kern écht betekenis.

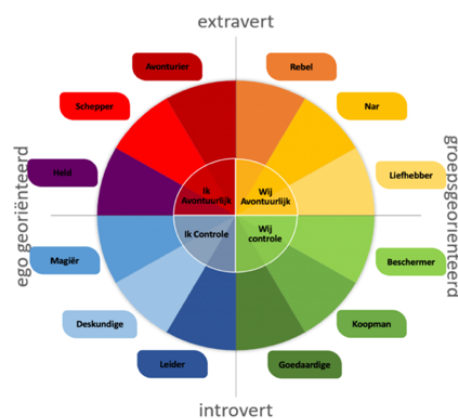
En daar draait het steeds meer om: hoe kunnen wij de fysieke plek gebruiken om verbinding te maken met de doelgroep en hoe kunnen wij deze meer betekenis geven door te kijken naar de functie en de identiteit?

Merkidentiteit van een kern kent daarbij veel raakvlakken met de persoonlijkheid/ identiteit van ieder individueel bedrijf, organisatie of vereniging uit die kern. Via de 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 Vledder **3 dominantere rollen** aanwezig zijn:

- 1. De beschermer:** *“De ondernemers, verenigingen en stichtingen uit Vledder dragen in samenwerking actief bij om Vledder als gebied aantrekkelijk te houden om er te wonen, leven, sporten en te ontmoeten.”*
- 2. De liefhebber:** *“De omgeving van Vledder 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.”*

- 3. De goedaardige:** *“De onderlinge verbondenheid van ondernemers, verenigingen en stichtingen en andere belanghebbenden in Vledder 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 Vledder een warm, veilig en huiselijk gevoel ervaren.”*

Deze drie rollen vormen de basis voor het DNA van Vledder en op deze rollen zal daarom worden ingezet.



Doelgroepen:

Wij willen ons met de kern Vledder met name richten op:

- 1. De Eigen inwoners** van Vledder 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.
- 3. De Recreant;** inwoners uit de omliggende regio die voor de besteding van vrijetijdsactiviteiten en ontspanning voor een dagje Vledder 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.



TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA VLEDDER 4 APRIL '24

VAN VOORKEURSROLLEN NAAR 15 (en uiteindelijk 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 de voorkeursrollen waren de deelnemers na de 1^e bijeenkomst uitgedaagd om als huiswerkopdracht experimenten te bedenken die goed zouden passen bij een van de voorkeursrollen en doelgroepen.



Via een online tool zijn er uiteindelijk 15 ideeën aangeleverd. Iedere deelnemer is daarna gevraagd zijn/haar idee tijdens de bijeenkomst kort toe te lichten waarbij de anderen dit konden aanvullen of aanscherpen. Een aantal ideeën kwam zo sterk overeen of sloten zo goed op elkaar aan dat deze konden worden samengevoegd.

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

HET KIEZEN EN 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 experiment maar één keer in de punten kon vallen.

Na de pauze werd de uitkomst bekend gemaakt.

Er is een top 3 met een absolute nummer 1. De hele lijst is overigens terug te vinden in de bijlage.

DE UITSLAG: DE TOP 3 VAN VLEDDER

	<u>Werk titel experiment</u>	<u>Deelnemers</u>
1	Eten met je (nieuwe) burenen!	<i>Maurits Van Geel, Digna Santing, Jeanine van der Zijden, Sanne Meijer, Emmy Westmaas en Sasja Visser</i>
2	Lokaal voedsel produceren en consumeren bevorderen en verkopen via lokale winkels/ automaten	<i>Wiebe Lamsma, Marieke Van Raalte en Annie Koopman</i>
3	Onbekend - onbemind ondernemers doorbreken; lokale partnerschap opzoeken.	<i>Anita Warries, Jeanine De Herdt en Sietske Groenink</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 of neem contact op met een van bovenstaande contactpersonen.

TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA VLEDDER 4 APRIL '24

ENKELE TIPS VOOR EEN SUCCESVOLLE UITVOERING

Tip 1: Denk groot, maar begin klein!

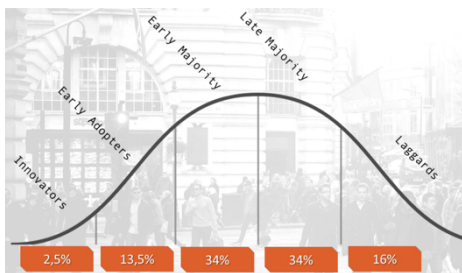
Dat je ambitieus bent met je experiment is uitstekend. Maar probeer het experiment zó klein te maken dat je makkelijk de eerste stap kunt zetten en dat de zaak in beweging komt. Dat geeft iedereen energie!

Tip 2: Experimenteer en stuur bij!

Ga experimenteel van start en ga via kleine interventies op ontdekking uit wat wel en wat niet werkt. Dat werkt veel beter dan een dik boekwerk met een mooi plan wat onder in de lade verdwijnt.

Tip 3: Besef dat je nooit alle ondernemers meekrijgt!

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 Vledder 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!

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 Vledder.

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: VLEDDER 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 (Vledder) 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 Vledder verder verrijken en aanvullen.

Wanneer? Nu ook in Vledder de creatieve sessie is afgerond gaan wij in overleg met Ondernemend Westerveld de vervolgbijeenkomst plannen. Dit horen jullie dus nog!

TERUGBLIK CREATIEVE SESSIE DNA VLEDDER 4 APRIL '24

TOT SLOT:

Dank aan Maurits en de collega's Sara en Emmy voor het beschikbaar stellen van de ruimte en de gastvrijheid. Graag tot de volgende bijeenkomst. Succes met alle vervolgstappen, individueel en als groep! Wij hopen dat jullie de avond als waardevol hebben ervaren.

CONTACTGEGEVENS

Tom Kikkert: +31 6 51 36 96 23 | info@tomkikkert.nl
Yvo Smit: +31 6 21 53 75 32 | info@revision-advies.nl



TOM
KITKERT



Yvo Smit
Revision

BIJLAGE TOTAAL UITKOMST RANKING 12 EXPERIMENTEN

UITKOMST VLEDDER						Totaal #	Weighted	Totaal	
	1 punt	3 punten	5 punten	7 punten	10 punten	stemmers	Average		
2. Eten met je (nieuwe) burens! Maurits Sasja	0	0	2	3	3	8	7,6	61	1
4. Lokaal voedsel produceren en consumeren bevorderen en verkopen via lokale winkels/ automaten - Wiebe Gerrie	1	2	0	1	3	7	6,3	44	2
6. Onbekend - onbemind ondernemers doorbreken Partnerschap opzoeken. Jeanine Sietske	3	0	1	0	3	7	5,4	38	3
1. "Jong ondernemend Westerveld" Sanne	0	1	1	1	2	5	7,0	35	
3. Rondje muziek - Maurits	2	1	1	3	0	7	4,4	31	
9. Talent ontwikkeling met groepen jongeren - Wiebe	0	1	4	0	0	5	4,6	23	
5. Het ontwikkelen van een netwerk van sociale voedseltuinen - Wiebe	0	1	1	1	0	3	5,0	15	
11. Fietsroute langs circulaire bezienswaardigheden van toen en nu - Wiebe	1	2	1	0	0	4	3,0	12	
10. De Deelschuur. gemeenschappelijk gebruik van gereedschap en apparatuur - Wiebe	1	3	0	0	0	4	2,5	10	
12. Brainstormen met ondernemers en belangstellenden over het opwaarderen van reststromen - Wiebe	3	0	0	1	0	4	2,5	10	
8. Markt met plaatselijke ondernemers voor bewoners- Jeanine	0	0	0	1	0	1	7,0	7	
7. Gratis kraampjes op koningsdag en kerstmarkt voor ondernemers met diensten - Jeanine	0	0	0	0	0	0	-	-	