

TERUGBLIK SESSIE DWINGELOO ALS MERK 22 MEI '24

Op woensdag 22 mei vond de derde bijeenkomst van het identiteitsprogramma van Dwingeloo plaats. Wij verruilden dit keer de meubel showroom voor een camping en waren dit keer op locatie te gast bij Jurgen Weenink en Diane van Leeuwen, van camping Torentjeshoek in Dwingeloo. Omgeven door bossen, op een oppervlakte van ruim 10 hectare exploiteren Jurgen en Diane deze camping. Een imposant bedrijf op een betekenisvolle fysieke plek met een sterke identiteit.



Nadat Jurgen iets meer had verteld over de achtergrond, geschiedenis en ambities van de camping is er door Tom en Yvo teruggeblikt op de eerdere sessies. 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.

Via de identiteitsscan hebben wij meer zicht gekregen in de identiteit van ieder bedrijf en daarmee van de kern. Wij zagen dat er in Dwingeloo **3** **domantere rollen** aanwezig zijn:

Voorkeursrollen:

1. De goedaardige:
2. De beschermer:
3. De liefhebber

Daarnaast hebben wij met elkaar gekeken naar de **doelgroepen** in Dwingeloo waar wij op ons willen richten. De volgende doelgroepen kunnen wij onderscheiden:

1. De **Eigen inwoners** van Dwingeloo en directe omgeving
2. De **Regionale 'bewuste/gerichte' bezoekers** uit de omgeving
3. De **Recreant**; inwoners uit de omliggende regio die voor een dagje Dwingeloo kiezen.
4. De **Toeristische bezoekers**; de natuurliefhebber, fiets er of wandelaar



VAN VOORKEURSROLLEN NAAR 3 EXPERIMENTEN

Op basis van deze voorkeuren zijn deelnemers uitgedaagd om experimenten te bedenken die goed zouden passen bij een van de voorkeursrollen en doelgroepen. Na een selectieproces waarbij deelnemers punten konden toekennen, is er een top 4 ontstaan:

1	"Buiten bioscoop op de Brink" <i>Buiten bioscoop op de Brink. Georganiseerd voor mensen die het budget niet hebben om naar de bioscoop te gaan, voor de saamhorigheid.</i>	<i>Fleur Bergmans (Hotel & Restaurant Wesseling)</i>
2	"Sterrenkijk ligbanken" <i>Draaibare sterrenbanken, voor toeristen en eigen inwoners die op verschillende plaatsen terug te vinden zijn.</i>	<i>Marco Dekker (Marco Dekker Dienstverlening)</i>
3	"Onderwijs/studenten enthousiast maken voor de maaksector" <i>samen met andere bedrijven iets op touw te zetten om de (lokale) jeugd enthousiast te maken voor banen in de maaksector.</i>	<i>Mike Vos (Houtwerk Drenthe)</i>
4	"Zoektocht naar een plek voor de lokale jeugd (drinken - doen)" <i>op toerbeurt een café avond organiseren door het dorp met horeca en organisaties</i>	<i>Jesse Strijdonck (De Zaagkoele)</i>

De afgelopen weken is een eerste opstart gemaakt met de uitwerking van deze experimenten. Tijdens de bijeenkomst is de voortgang van de experimenten kort toegelicht. Sommige ideeën zijn al concreet uitgewerkt en ingepland terwijl andere ideeën nog in de opstartfase zitten.

TERUGBLIK SESSIE DWINGELOO ALS MERK 22 MEI '24

Zo werd tijdens de avond het eerste ontwerp van de sterrenkijk ligbank getoond en zal de buitenbioscoop in september haar opwachting maken.

En aan iedereen, aanwezig of afwezig, de vraag: heb je leuke suggesties die kunnen bijdragen aan het experiment? Zou je graag willen aansluiten bij de organisatie/uitvoering van één van deze projecten? Of heb je leuke ideeën om dit verder te vermarkten? Neem dan contact op met bovenstaande contactpersonen!

Daarnaast zijn de andere ideeën uit Dwingeloo en de experimenten uit de andere kernen besproken. Deze zijn ook terug te vinden in de bijlage. Mocht je hier leuke ideeën tussen zitten die je zou willen oppakken? Of wil je hier meer over weten? Dat kan! Neem dan contact op met de initiatiefnemer, en wellicht dat jullie hier samen alvast aan de slag te gaan. Het is geen probleem als dit experimenten uit een andere kern zijn.

Op verzoek van de deelnemers zullen wij daarom via Ondernemend Westerveld een overzicht verstrekken van de experimenten en de contactpersonen van alle kernen.

Tip: Zoek jij cofinanciering voor jouw project? Denk dan ook eens aan Ondernemend Westerveld. Het aanvraagformulier is hier te downloaden: www.ondernemendwesterveld.nl/aanvraag-indienen/

WAT VALT OP ALS JE ALLE EXPERIMENTEN VAN ALLE KERNEN BEKIJKT?

Nadat alle experimenten uit alle kernen kort waren toegelicht werd de vraag gesteld: welke rode draad zie jij? We komen hierbij gezamenlijk tot de conclusie dat ondernemers vooral intrinsiek gemotiveerd zijn om zich in te zetten voor de eigen gemeenschap (inwoners). Daar willen ondernemers extra tijd, geld en aandacht aan besteden. Gemeenschapszin is daarbij misschien wel het grootste gemeengoed waar de activiteiten van de kern aan moeten worden opgehangen.

Daarnaast valt op dat er een aantal experimenten gericht zijn op het toerisme. In Dwingeloo meer dan in de andere kernen.

Ook valt op dat er behoorlijk wat samenhang zit tussen experimenten in de verschillende kernen: nieuwe ondernemers op weg helpen, bestaande ondernemers in contact brengen en meer bekend met elkaar maken, inwoners/jeugd verbinden met bedrijven, ambachten enz. Dit biedt mogelijkheden voor samenwerking en vraagt om (enige) vorm van coördinatie. O.a. via de Koepel en Ondernemend Westerveld gaan wij kijken hoe wij enkele grotere thema's hierbij kunnen oppakken.

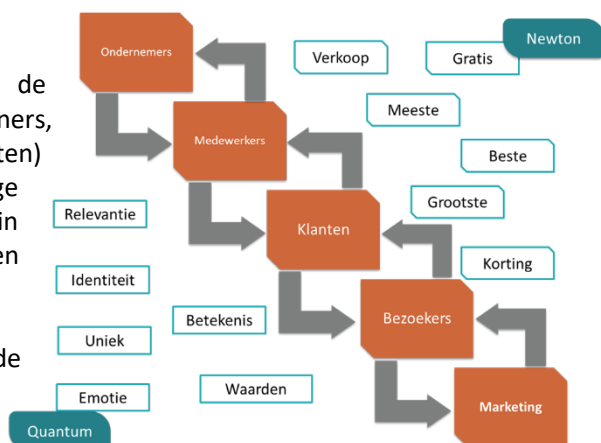
HET VERMARKTEN VAN DWINGELOO ALS MERK

De uitdaging is hoe wij Dwingeloo met elkaar kunnen vermarkten.

In Dwingeloo, waar de ondernemers zich graag willen inzetten voor de lokale gemeenschap, past de quantum manier het beste.

Hierbij wordt het DNA via de ondernemers, via de medewerkers richting de doelgroepen (inwoners, bewuste bezoekers, recreanten en toeristen) uitgedragen. En minder via marketing-achtige instrumenten zoals folders, brochure en flyers waarin wij verkondigen hoe goed, aantrekkelijk, interessant en veelzijdig het gebied is.

Natuurlijk vormen deze instrumenten een bepaalde basis voor toeristische promotie van het gebied, maar moeten niet de kern vormen van het vermarkten.



TERUGBLIK SESSIE DWINGELOO ALS MERK 22 MEI '24

Dat zit in de verhalen, ervaringen en aanbevelingen van ondernemers en medewerkers die vol passie kunnen vertellen over het gebied en alles wat er te doen is. Daar ligt de kracht van de kern. Een groot deel van de experimenten is daar ook op gericht.

EEN BLIJVENDE HERINNERING?

Met dat perspectief kun je ook nadenken wat voor bezoekers aan het gebied een mooie herinnering zou kunnen zijn aan hun bezoek. Wij hebben hier met de deelnemers ook over nagedacht: wat kun je als Dwingeloo (maar wellicht ook vanuit Westerveld als gehele gebied) aan je bezoekers meegeven ter herinnering aan het bezoek? Op het idee om iets tastbaars groen mee te geven, zoals in Diever op tafel kwam, werd ook in Dwingeloo positief gereageerd. Bijvoorbeeld een zaadje of plantje dat het natuurlijke gevoel uit Westerveld bij de bezoeker, toerist of inwoner thuis brengt. Dat zou ook hier geweldig aansluiten op het gebied, ondernemerschap en gemeenschapszin, aldus de groep.

BORGING VAN DE VERVOLGSTAPPEN?

Er is nu een aantal belangrijke stappen gezet. De bal ligt nu bij de deelnemers om met de experimenten aan de slag te gaan. En tegelijkertijd bij de lokale besturen en Ondernemend Westerveld om het proces te volgen, te coördineren en te borgen.

Hierover adviseren wij Ondernemend Westerveld. Mede aan de hand daarvan wordt er wellicht besloten voor nog een vervolgssessie direct na de zomer. Wordt vervolgd dus!

TOT SLOT:

Dank aan Jurgen en Diane voor het beschikbaar stellen van de ruimte, de heerlijke snacks en gastvrijheid. Succes met alle vervolgstappen, individueel en als groep! Wij hopen dat jullie de avond als waardevol hebben ervaren.

Vergeet ons niet in te schakelen als je hulp nodig hebt bij je experiment of bij een vraagstuk van je eigen bedrijf!

CONTACTGEGEVENS

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

