

Startdocument van De Diamant van Midden-Nederland
 Ermelo, Harderwijk, Nunspeet, Putten & Zeewolde
 Maart 2014



Vaststellen DNA -> gezamenlijk commitment -> gepaste trots -> referentiekader -> handelsmerk -> vermarkten

| | |
|---|---|
| Krachtige DNA | Weinig / niet bewust van DNA |
| Sterke regio | Demografische ontwikkelingen zetten ons op scherp |
| Doel: toegevoegde waarde van onderscheidend vermogen vermarkten onder handelsmerk | |

Routing

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| 1. Fundament | (waarom doen we dit) |
| 2. Vaststellen gezamenlijk DNA | (wie zijn we) |
| 3. Doelgroepen | (wie willen we bereiken) |
| 4. Resultaten | (wat willen we bereiken) |
| 5. Projectagenda | (wat gaan we samen doen) |
| 6. Overdragen aan stuurgroep | (wie continueert de aansturing) |

ad. 1. Wat is het fundament, de basis van De Diamant van Midden-Nederland?

De Maatschappij wil met dit project overheden, ondernemingen en onderwijsinstututen (de drie 'O's) aanzetten tot een coöperatieve en vooral constructieve samenwerking met als doel de regiobekendheid te concretiseren en te versterken. We werken niet vanuit 'moeten' of angst, maar (met vooruitziende blik) vanuit onze kracht. Onze basis is het gezamenlijke commitment vanuit een collectieve trots.

| Sterkten | Zwakten |
|---|---|
| Regio | Weinig regionale samenwerking/samenhang |
| Krachtige DNA / kernwaarden | In slaapstand / comfortzone |
| Meer dan gem. hoge kernkwaliteiten | We voelen de noodzaak nog niet |
| Positief economisch perspectief | Geen regionaal handelsmerk |
| Transitie | |
| De wereld verandert sneller dan we denken. | |
| Het is tijd dat onze regionale samenwerking zich bewust wordt van ons (nu nog) positieve DNA. | |

De Diamant van Midden-Nederland is:

- beeldmerk, met veel facetten en verbindt de regio
- handelsmerk om onze regio duidelijker in de markt te zetten
- niet meer en niet anders willen zijn dan wie we zijn, maar
- concretiseren en met trots uitdragen wie je bent, hierdoor
- wervend effect, we houden de regio vitaal, die we vanuit
- toegevoegde waarde en onderscheidend vermogen in de markt zetten, om
- doelgroepen te behouden en te werven

Burgemeesters en voorzitters van bedrijvenkringen van vijf gemeenten Ermelo, Putten, Nunspeet, Harderwijk en Zeewolde zijn gestart. Er is ruimte voor meer deelnemers.

Vervolg startdocument van De Diamant van Midden-Nederland



ad 2. Ons DNA (kernwaarden & kernkwaliteiten):

Onze kernwaarden zijn:

- geografische ligging
- rust & ontspanning
- recreatie & natuurschoon
- historie, kunst & cultuur
- water- en paardensport
- zorg
- hoge arbeidsethos
- ruimte
- innovatieve ondernemingen
- scores hoog op woon-werkgenot

Onze kernkwaliteiten zijn:

- gemiddeld lager ziekteverzuim
- gemiddeld lager werkloosheidspercentage
- gemiddeld lager aantal faillissementen
- vanouds sterke familiebedrijven
- bereikbaarheid
- gastvrij en dienstbaar
- maatschappelijke betrokkenheid

ad. 3 Doelgroepen (wie willen we bereiken?)

Intern (regio):

- overheden (besturen en ambtenaren)
- ondernemers / bedrijvenkringen
- onderwijs
- huidige regionale bevolking
- nieuwe generaties

Extern ((inter-)nationaal):

- toeristen en ontspanningzoekers
- organisaties/ondernemers die in dit krachtenveld willen werken en wonen
- nieuwe generaties van buitenaf

Kortom: de maatschappij.

ad. 4. Resultaten (Wat willen we bereiken?)

- gezamenlijk commitment van betrokken partijen, vijf gemeentes als één regio
- sterke DNA behouden en toekomstbestendig maken
- bewustwording in de samenleving van ons huidige DNA
- gepaste trots overdragen (naar binnen toe)
- wervend karakter (naar buiten toe)
- grote aantrekkingskracht creëren
- handelsmerk vermarkten
- opstellen van referentiekader (vanuit de 3 O's) – klimaatondersteuning (regelgeving, proceduresnelheid, belastingen & gastvrijheid), gezamenlijke regionale overheid is stimulerend en faciliterend.

De Diamant van Midden-Nederland is het beeld- en handelsmerk waarmee we publiciteit voor de regio genereren.



de maatschappij

Ondernemend netwerk sinds 1777

Projectagenda De Diamant van Midden-Nederland
Ermelo, Harderwijk, Nunspeet, Putten & Zeewolde
Maart 2014



ad. 5. Projectagenda (wat gaan we samen doen)

1. Referentiekader samenstellen per gemeente: 'bedenk waar je trots op bent, koester dat en gebruik dat om de regio mee te vermarkten' (haal inspiratie uit de 3 O's).
2. Startdocument invullen.
3. Ambassadeurschap uitwerken.
4. De betrokken partijen deelgenoot maken van het jaarprogramma van De Diamant. Er zijn 6 bijeenkomsten tussen september 2014 en juni 2015.
5. Logo verspreiden.
6. Stuurgroep installeren.
7. Website opzetten.

Het fundament van De Diamant van Midden-Nederland is breed. Onze eerste focus ligt daar waar we goed in zijn: toerisme en recreatie.

8. Inventariseren andere initiatieven op gebied toerisme voor de regio en aansluiting zoeken.
9. Actie/arrangement in de markt zetten.
Thema: Woon/werk, vrouw/winkelen, fietsen/omgeving.

Voorbeeld: Diamant arrangement:

- Overnachten in Ermelo,
- Auto wordt APK gekeurd en gewassen door ondernemer
- Op de huurfiets van andere ondernemer naar Putten
- Overnachten in Putten
- Met pontje over naar Zeewolde, naar het strand
- Bezoek Harderwijk en overnachten
- Dan op de fiets naar Nunspeet voor kunstroute
- Auto wordt gebracht naar Nunspeet en fiets retour naar Ermelo

Product/arrangement/tour kan ook modulair afgenomen worden.

ad. 6. Hoe gaan we verder met De Diamant?

Uiteindelijk zal De Maatschappij De Diamant los laten. De stuurgroep denkt na over voortzetting, groei en funding van De Diamant in 2015 (misschien in de vorm van een stichting). Op basis van de projectagenda vanaf september 2014 vergt De Diamant een inzet van minimaal 6 uur per maand per gemeente/organisatie. De Diamant heeft ambassadeurs/acquisiteurs nodig. Deze functies zullen wellicht meer tijd kosten.



de maatschappij
Ondernemend netwerk sinds 1777