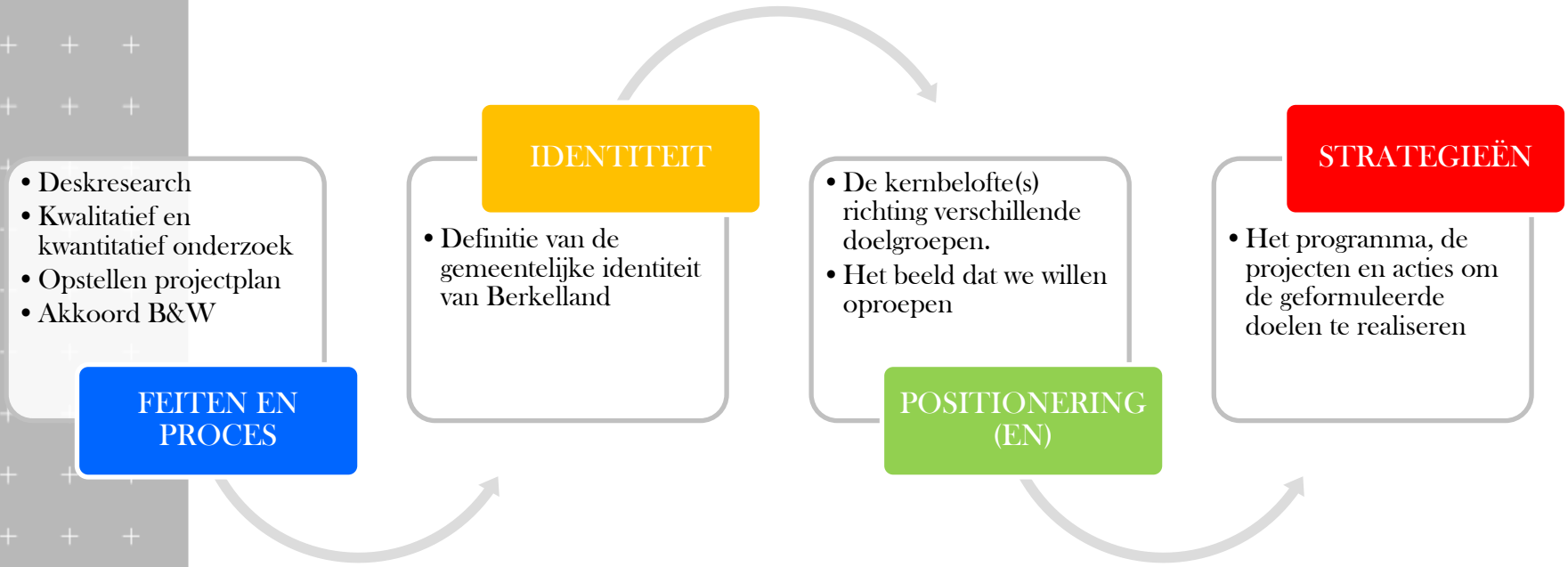
gemeente Berkelland

GO! TOTAL BRANDING®

Update
Project **Profilering Berke**lland
Promotie/marketing/branding

Resultaten vastgelegd in:
1. **Merkpaspoort**: de basis van het merk Berkelland
2. **Merkroute**: het strategisch actieplan

Marsroute:
4 fases go/nogo na elke fase



1. FEITEN EN ANALYSE

Drie markten

Inwoners

Ondernemers

Toeristen

Feiten en analyse: proces

- Deskresearch
- Inwonerpanel: kwantitatief, representatief online onderzoek
- Opstellen datadocument
- Werksessie met ambtenaren voor analyse: 4xSWOT
- Opstellen confrontatiematrices en genereren strategische issues en centraal probleem per markt.

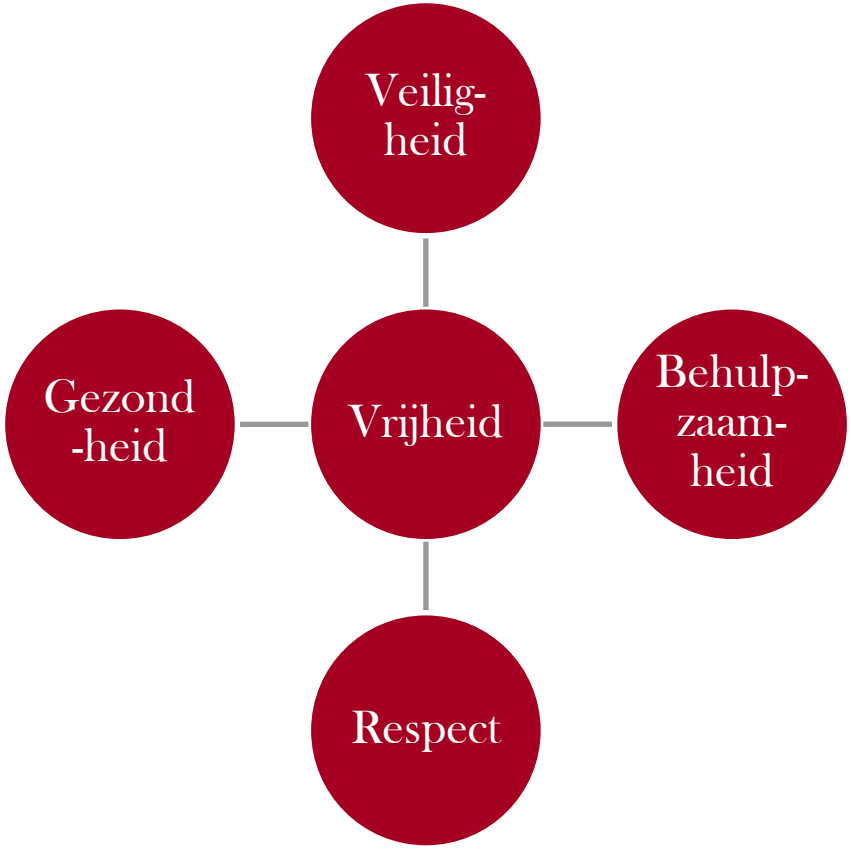
2. IDENTITEIT

Identiteit: proces

- Deskresearch
- Inwonerpanel: kwantitatief, representatief online onderzoek
- Posters in gemeentehuis en andere locaties
- Sessie inwoners
- Opstellen concept-Merkpaspoort

Toetsing bij inwoners, jongeren, ondernemers en raadsleden.

De kernwaarden van Berkelland



3. POSITIONERING(-EN)

Positionering: proces

- In juli/augustus 2021 online onderzoek:
- via Berkelland Spreekt: 411 inwoners/ondernemers vulden vragenlijst volledig in.
- Via open link 59 toeristische ondernemers.
- Scenario's ook in interviews opgehaald.
- Toetsing van scenario per markt
- Zwaar representatief onderzoek.

Getoetste scenario's per markt

Onderscheidend?	Relevant?	Haalbaar?	Passend?

ONDERNEMERS	INWONERS	TOERISTEN
Aanpakkers	Warmte	Dé plek voor avontuur
Dichtbij	Waar je meetelt	Het leukste dagje uit
Ruimte	Ruimte	De mooiste plattelands-monumenten
Betaalbaar	Veiligheid	
Bereikbaar		
Betrouwbaar		

Positionering voor ondernemers



Positionering voor ondernemers

Op basis van onder andere interviews heeft de gemeente een set van opties ontwikkeld om Berkelland te positioneren om ondernemers aan te trekken en/of te behouden.
Welke heeft uw voorkeur? Top 2

1 AANPAKKERS!
We zetten Berkelland neer richting ondernemers als een gemeente met mensen met een ouderwets arbeidsethos, met veel ondernemers waarbij zakelijk noaberschap de norm is en een actief zakelijk netwerk bestaat én de gemeente ondernemen faciliteert.

20%

2 BEREIKBAAR
We zetten Berkelland neer richting ondernemers als een gemeente waarbij je als ondernemer niet in de file staat, fantastisch bereikbaar bent via ons glasvezelnetwerk, waarbij Duitsland bereikbaar is doordat Berkelland investeert in de relatie met onze Oosterburen én waar goede relaties bestaan met een kennisintensieve omgeving zoals de TU Twente en de Saxion Hogeschool.

19%

Positionering voor inwoners

Positionering voor inwoners

Op basis van onder andere interviews heeft de gemeente een set van opties ontwikkeld om Berkelland te positioneren om inwoners aan te trekken en/of te behouden.
Welke heeft uw voorkeur? Top 2

1 RUIMTE
We zetten Berkelland neer richting inwoners als een gemeente waar ruimte is om fijn te wonen, maar waar ook ruimte is om te zijn wie je bent, voor initiatieven en voor andere meningen en perspectieven.

34%

2 WARMTE
We zetten Berkelland neer richting inwoners als een gemeente waar mensen elkaar kennen, positieve sociale controle bestaat en een actief verenigingsleven, maar ook met een rijke cultuur en tolerantie.

31%

Positionering voor toeristen



Positionering voor toeristen

Op basis van onder andere interviews heeft de gemeente een set van opties ontwikkeld om Berkelland te positioneren om toeristen aan te trekken en/of te behouden.
Welke heeft uw voorkeur? Top 2

1 **DÉ PLEK VOOR AVONTUUR!**
We zetten Berkelland neer richting toeristen als een gemeente waar je avontuur kunt beleven in brede zin. Door ons decor - de Berkellandse landschappen - met de Berkel waar je kunt kanoën en suppen, onze bossen waar je kunt mountainbiken en survivalruns kunt doen. Ook door onze accommodaties die Oer zijn, waar je vuurtjes kunt stoken, cowboy kunt zijn in de Cactusoase en back to nature kunt gaan. Maar ook door ons 'ruwe randje' met dingen als de zwarte cross. Bij ons kun je eveneens avonturen beleven die te maken hebben met de geschiedenis van onze plek, maar ook door bijvoorbeeld het beleven van het verhaal van Jonker Joost uit Ruurlo en de Heren van Borculo.

34%

2 **DE MOOISTE PLATTELANDSMONUMENTEN**
We zetten Berkelland neer richting toeristen als een gemeente waar je de unieke combinatie vindt van een groot aantal monumenten in een plattelandssetting. Als je de geschiedenis van de Achterhoek wilt leren kennen, zie je deze samengevat in Berkelland door onze verschillende landschappen, die ons belangrijkste monument zijn, zoals de Needse berg, de Berkel en het coulissenlandschap. Maar ook door onze watermolens, onze kastelen (bijvoorbeeld kasteel Ruurlo, Havezate Huize de Kamp) en onze kerken.

33%

4. ORGANISATIE

Organisatie: proces

- Organisatie deels onderwerp van voorgaande proces, o.a. sessies met ambtenaren, ondernemers, raadsleden en jongeren.
- Interviewronde met ondernemers en ambtenaren.

Organisatie: drie opties

GEMEENTE, waarbij out-of-pocketkosten uit een andere bron komen, tenzij het huidige standpunt van de gemeente m.b.t. financiering verandert.

(TOERISTISCHE) ONDERNEMERS – lees ondernemersverenigingen – die ook het meeste belang hebben bij een krachtig profiel van Berkelland.

HYBRIDE ORGANISATIE, waarin alle relevante stakeholders - inclusief de gemeente – zijn vertegenwoordigd. Zij dragen de profilering ook financieel gezamenlijk.