

## Cranberry Terschelling (1v3)

Het bedrijf Cranberry Terschelling BV, dat op Terschelling het alleenrecht heeft de cranberry's in de duinen te plukken, en er in Harlingen een scala aan overheerlijke cranberryproducten van maakt, wilde in 2019 een professionaliseringsslag als het gaat om marketing & communicatie.

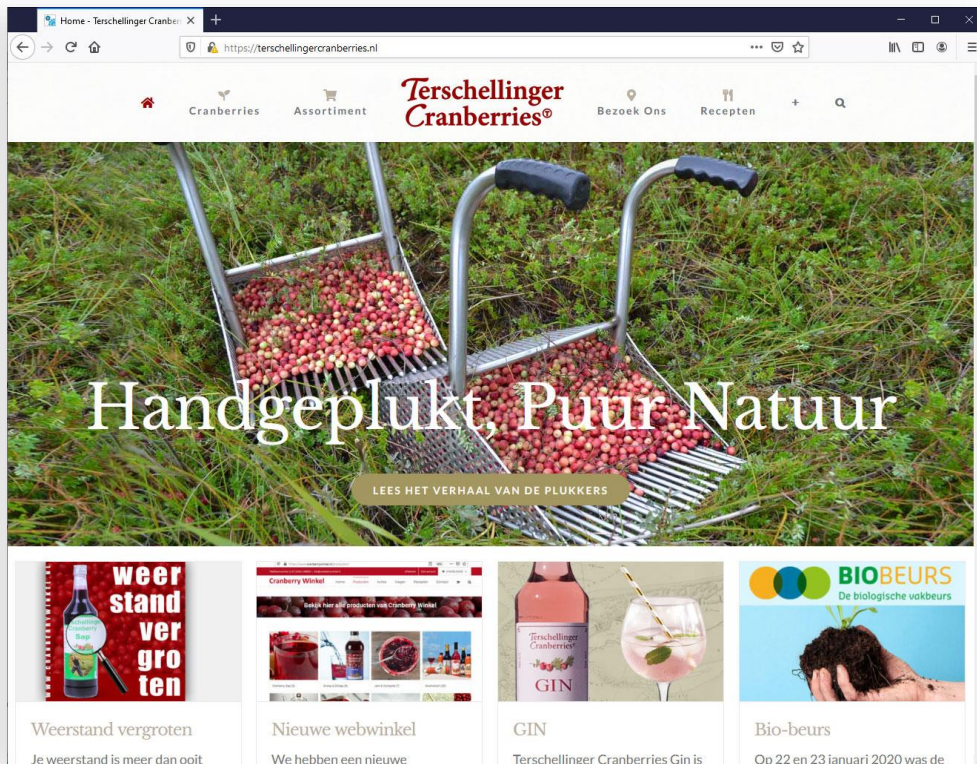
Wij - Pieter Tuinstra en Peter van den Broek, alias 'Duo Penotti' - hebben in een duo-baan deze professionalisering opgepakt. We hebben in een periode van een jaar een marketing-boost gegeven aan het merk 'Terschellinger Cranberries'.

# Terschellinger Cranberries®

Dit begon met een aangescherpt merkenbeleid waarbij 'Terschellinger Cranberries' als belangrijkste merk werd gekozen, en we er een nieuw merkbeeld voor hebben ontwikkeld. Vervolgens hebben we onder meer een nieuwe verpakingslijn gerealiseerd.



## Cranberry Terschelling (2v3)



Vervolgens hebben we onder meer een nieuwe website [terschellingcranberries.nl](https://terschellingcranberries.nl), een nieuwe webshop en een beurspresentatie gerealiseerd.



Ook hebben we met Udea een landelijke sales promotion opgezet in hun reformwinkels, waaronder Ekoplaza.



## Cranberry Terschelling (3v3)



**Hans van Keulen**, algemeen directeur van Cranberry Terschelling over onze samenwerking : *“We hadden in korte tijd een boost nodig voor ons merk. Duo Penotti was hiervoor dé ideale oplossing. Met hun expertise, ervaring en frisse blik hebben ze ons daarbij goed op de kaart gezet.”*

## Er spoelde een vat aan...



*‘Op een keer spoelde er een vat met rode bessen op Terschelling aan. Een strandjutter vond het vat, opende het, en proefde de bessen. Hij vond ze hard en zuur. Teleurgesteld kieperde hij de bessen in de duinen. Hierdoor ging er een cranberryplant groeien, die zich met de tijd ging verspreiden door de duinvalleien van Terschelling. Pas later werd uitgevonden dat het Amerikaanse Cranberry’s waren, die destijds op zeilschepen uit Amerika werden meegenomen, en door de bemanning op hun lange reizen werden gegeten tegen scheurbuik’.*

Deze legende, dit verhaal, hebben we aangegrepen om onze marketingactiviteiten kracht bij te zetten. Het verhaal is inmiddels verheven tot waarheid, en daar hebben wij aan bijgedragen.

Door de inzet van social media heeft het merk ‘Terschellinger Cranberries’ er een schare aan volgers bij gekregen, en dat geldt ook voor ‘Koffie & Theehuys De Bessenschuur’ op Terschelling – onderdeel van Cranberry Terschelling BV.