



Nationaal Park
NIEUW LAND

MERKGIDS

SAMEN BOUWEN AAN EEN HELDERE IDENTITEIT





DE WAARDE VAN STERKE MERKEN

Een merk staat voor de emotionele band die personen met iets hebben. Met een product, een organisatie, maar ook met een gebied. Het is het gevoel dat wordt opgeroepen en achtergelaten wanneer iemand met een merk in aanraking komt.

Een sterk merk is authentiek, onderscheidend en relevant. Het heeft **aantrekkingskracht** en bouwt **voorkeur** en **loyaliteit**. Mensen komen terug en vertellen hun positieve ervaringen door aan anderen. Een waardevolle bijdrage aan de doelstelling om Nationaal Park Nieuw Land beter op de kaart te zetten.

Merken creëren (onbewuste) aantrekkingskracht met een duidelijk **karakter**, net als bij mensen. Als dit merkkarakter in alles wordt doorgevoerd zullen bezoekers het herkennen. Dit schept **vertrouwen**, geeft een **positief gevoel** en versterkt de **binding** met het merk. Dat is precies wat we willen bereiken met het merk Nationaal Park Nieuw Land.

DE MERKGIDS

Sinds 1 oktober 2018 is Nieuw Land een Nationaal Park en ontstond het merk 'Nationaal Park Nieuw Land'. Verderop in deze gids besteden we aandacht aan de waarde die Nationaal Park toevoegt aan het merk.

Het merk Nationaal Park Nieuw Land is tot stand gekomen doordat diverse partijen de handen ineen hebben geslagen. Een nieuw merk, gebouwd op bestaande merken en gebieden (Lepelaarplassen, Oostvaardersplassen, Marker Wadden en Markermeer) die een eigen identiteit hebben en eigen associaties oproepen de één misschien meer dan de ander. Marker Wadden zijn tenslotte zelf ook nog een vrij nieuw merk. De identiteit en associaties bij de deelgebieden hebben aan de basis gestaan van het overkoepelende merk, zij vormen de basis van Nationaal Park Nieuw Land.

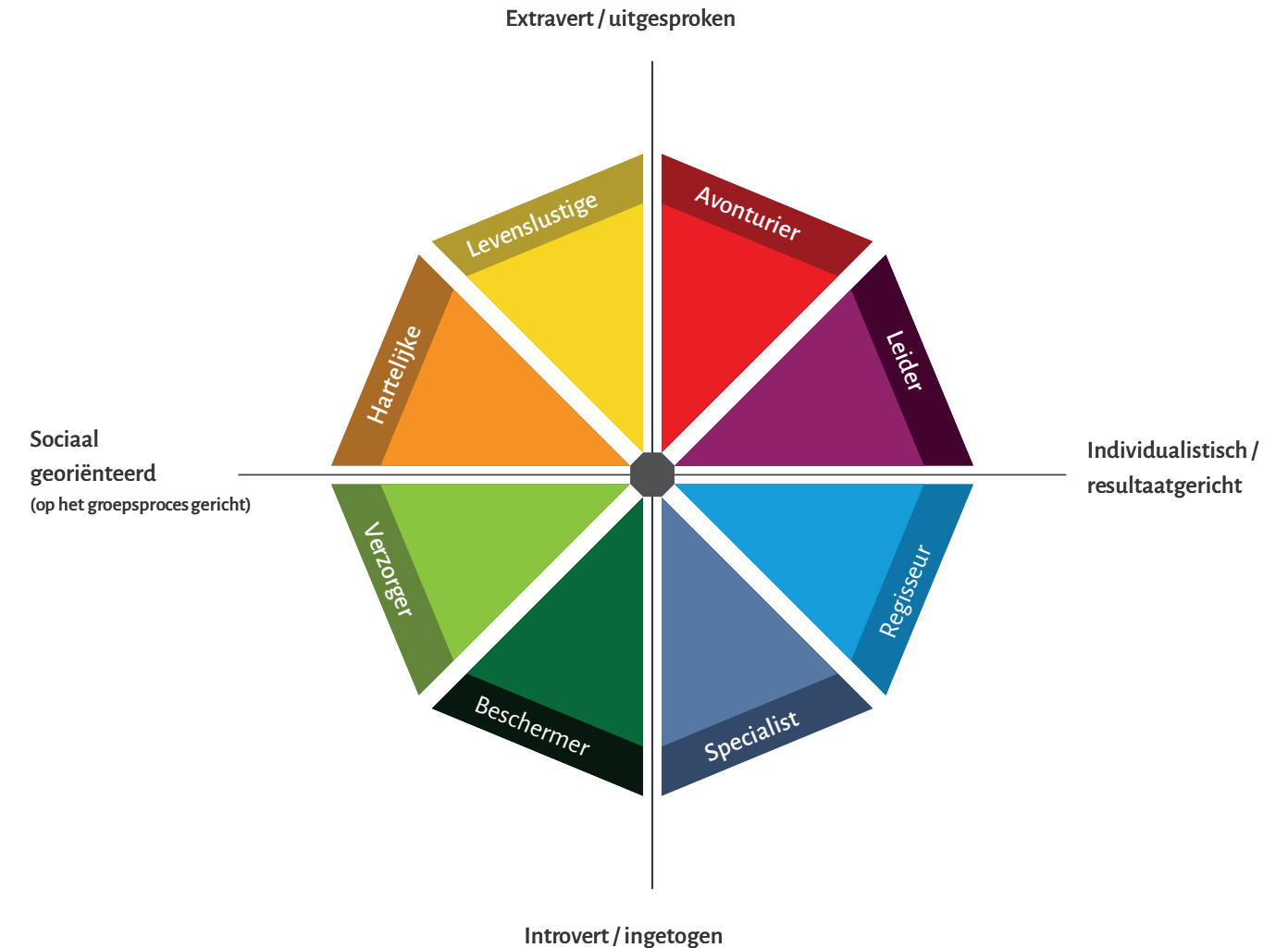
Provincie Flevoland, de gemeenten Almere en Lelystad, terreinbeheerders Natuurmonumenten, het Flevo-landschap, Staatsbosbeheer en Rijkswaterstaat hebben samen ambities gesteld die verwezenlijkt moeten worden met het merk Nationaal Park Nieuw Land. Deze merkgids is het resultaat van een traject waarbij de identiteit Nationaal Park Nieuw Land samen met stakeholders is gedefinieerd met een eigen karakterkleur, een icoon en verhaallijnen. Het merk Nationaal Park Nieuw Land verwoordt het gevoel dat zij wil oproepen bij iedereen die met het merk in aanraking komt. Het merk is het kompas voor alles wat er gebeurt in Nationaal Park Nieuw Land. Nu en in de toekomst.



HET KARAKTER

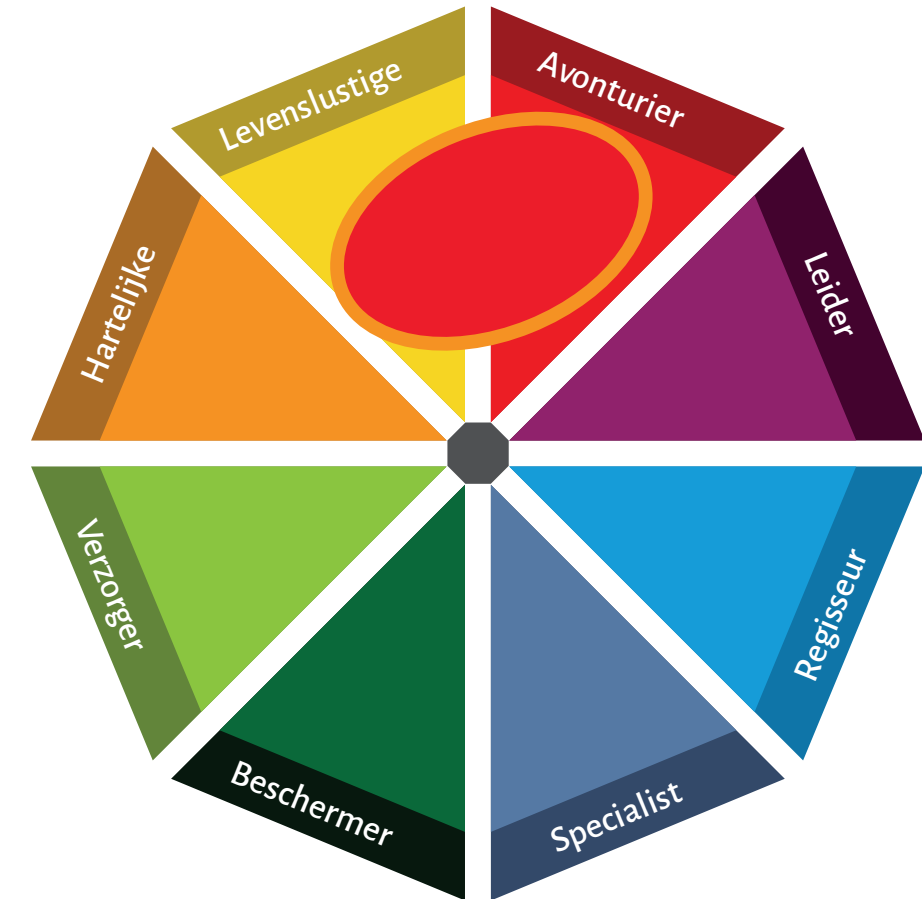
EN HET KARAKTERMODEL

Sterke merken hebben een duidelijk herkenbaar karakter, net als mensen. Door deze herkenbaarheid voelen deze merken snel vertrouwd en binden mensen zich aan een sterk merk. Voor het duiden van een merkkarakter is gebruik gemaakt van het BrandPositioner model van Business Openers. Het model kent 8 karakters. Bovenin het model bevinden zich de meer extraverte karakters, onderin de meer ingetogen karakters. Links de meer sociaalgeoriënteerde karakters en rechts de meer resultaatgeoriënteerde karakters. Alle karakters zijn even waardevol en kunnen allemaal de basis vormen voor een sterk merk. Een sterk merk heeft een sterke associatie met één karakter, hoe sterker de associatie hoe sterker het merk. Elk karakter heeft echter ook een schaduwzijde. Een 'touch' van een karakter twee stapjes weg van het doorslaggevende karakter voorkomt dat het merk doorschiet en haar kracht verliest.



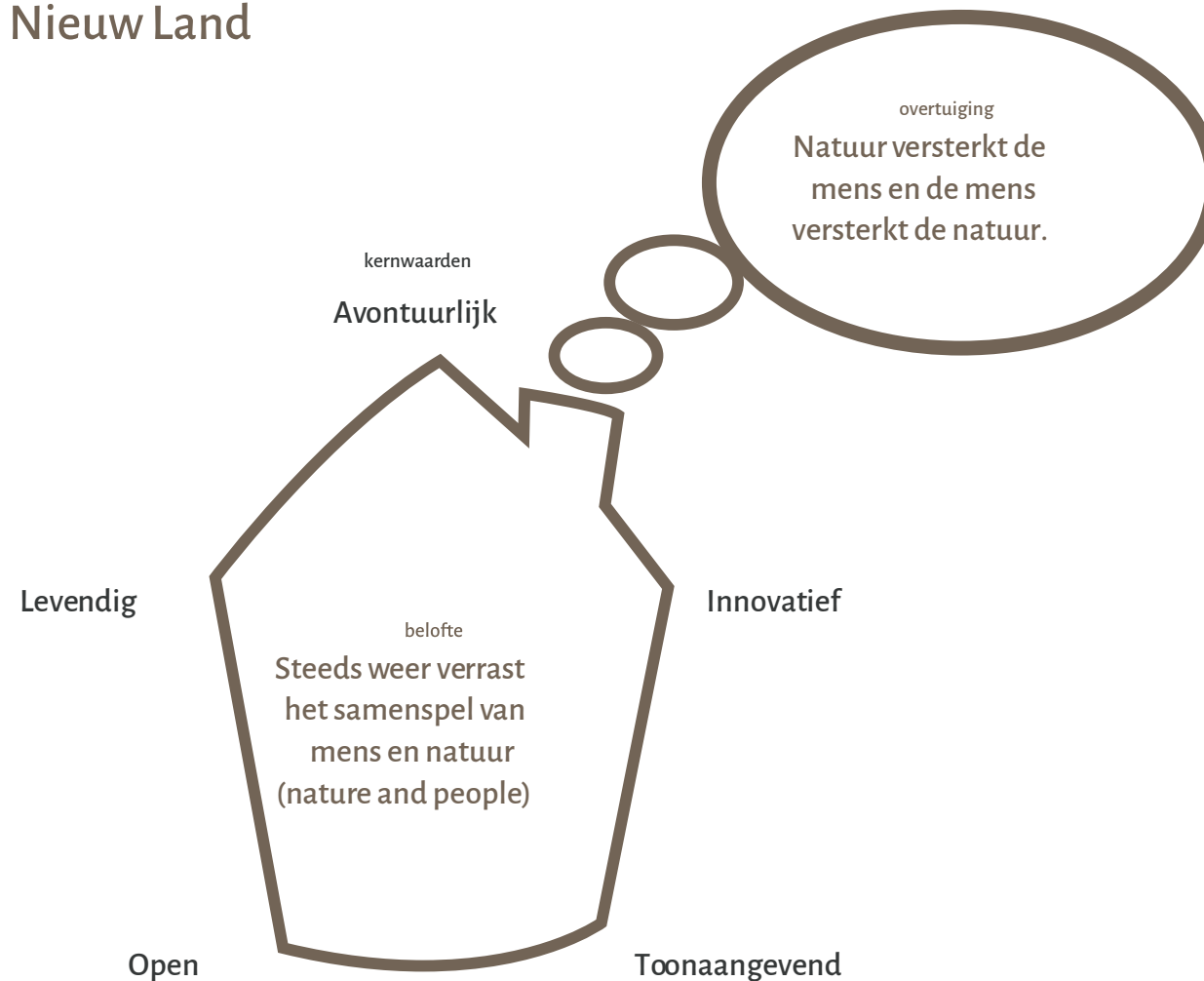
HET KARAKTER EN HET VERHAAL VAN NATIONAAL PARK NIEUW LAND

Nationaal Park Nieuw Land laat bij uitstek de dynamiek tussen mens en natuur zien. Eén generatie geleden was er niets dan water, nu is er ook land. De natuur heeft zich razendsnel ontwikkeld en is veelzijdig. De ontwikkeling van land en daarmee natuur wordt voortgezet. Het karakter van de Avonturier is wat hierbij het beste past. Om te voorkomen dat het avontuurlijke doorslaat en mensen zich niet meer welkom voelen, is er een 'touch' van het hartelijke karakter wenselijk. Hier-voor is aandacht nodig, dit mag meer voelbaar en beleefbaar worden.





Het merkhuis van Nationaal Park Nieuw Land



De natuur versterkt de mens en de mens versterkt de natuur is de **overtuiging** van Nationaal Park Nieuw Land. De mens heeft aan de basis van het ontstaan van Nationaal Park Nieuw Land gestaan, bewust en onbewust. De natuur heeft in Nieuw Land vrij spel gekregen na de inpoldering en de creatie van nieuwe eilanden. Daar is een prachtig waterrijk natuurgebied uit ontstaan. De specifieke waterrijke natuur is wat de mens daar graag behoudt en waarvoor de mens zich inzet: Om die specifieke flora en fauna te beschermen in een druk bevolkt Nederland. Het natuurgebied op een gepaste manier bezoeken en daarmee avontuur en verwondering ervaren is onderdeel van deze inzet en van het behoud.

Partijen en organisaties vinden elkaar om prachtige initiatieven tot stand te brengen. Initiatieven die de natuur veerkrachtiger en robuuster maken. Niet voor niets is de **belofte** van Nationaal Park Nieuw Land: **Steeds weer verrast door het samenspel van mens en natuur (nature and people)**. De bezoeker beleeft door te ervaren.



Het Nationaal Park Nieuw Land kent vijf waarden die het karakter verder invullen. Dit is hoe Nationaal Park Nieuw Land wil worden ervaren en gewaardeerd. Nationaal Park Nieuw Land is primair **Avontuurlijk**.

Door mensenhanden op een **Innovatieve** en **Toonaangevende** manier ontstaan. Door de natuur overgenomen en van nature **Levendig**. Aandacht voor een welkom onthaal, komt voort uit de vijfde merkwaarde: **Open**.

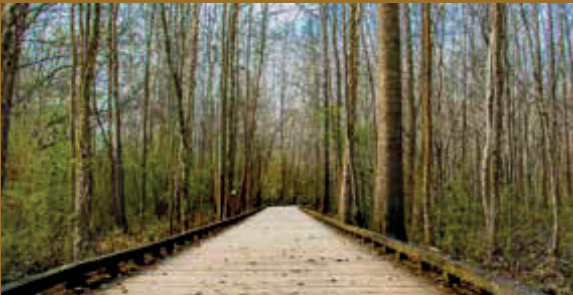


HET WAARDENKOMPAS

Nationaal Park Nieuw Land kent een kompas. Dit waardenkompas geeft meer richting aan de waarden, zodat iedereen die betrokken is bij de verdere ontwikkeling en promotie het merk op een consistente manier kan vertalen naar passende activiteiten, belevingsconcepten en communicatie. Het kompas helpt om te beoordelen wat wel en wat niet past bij het merk Nationaal Park Nieuw Land. Onder elke waarde staan drie verklarende begrippen die de betekenis duiden. Daarnaast staat op de as wat 'te weinig' en 'te veel' van de waarde is. Dit scherpt de betekenis aan van de waarden. Onder te weinig staan positieve begrippen die alleen voor het merk Nationaal Park Nieuw Land niet genoeg zijn. Om het risico op doorschieten te voorkomen zijn de 'te veel' begrippen benoemd. Zo wil Nationaal Park Nieuw Land innovatief zijn, wat meer is dan alleen modern, maar niet moet doorslaan in 'utopisch' en daarmee vervreemdend.

Met het kompas beoordeel je de uiting; op elke merkwaaarde van 1 tot en met 5. Een 1 staat voor 'te weinig' en 5 voor 'te veel'. Het midden, de 3, is precies raak. Een uiting die past bij het merk wordt nooit beoordeeld met een 1 of een 5, en minimaal drie waarden zijn precies goed en scoren een 3. Daarnaast let je ook op de overtuiging en de belofte om te besluiten of de uiting bijdraagt aan het bouwen van het merk. Met dit kompas kan iedereen die bezig is met ontwikkelingen in Nationaal Park Nieuw Land bepalen hoe zij optimaal kunnen voldoen aan de waarden om zo met elkaar een consistent sterk merk voor Nationaal Park Nieuw Land neer te zetten.





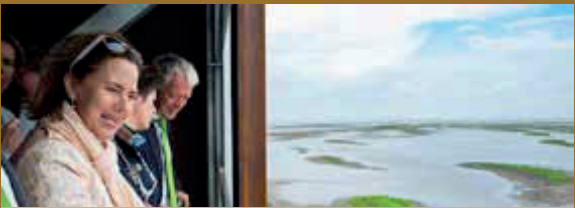
De natuur is voor iedereen toegankelijk. Klimmend over boomstammen of via een aangelegd pad. De paden zien er zo natuurlijk mogelijk uit.



Genoeg manieren om je energie kwijt te raken, van klimmen in een speelboom tot springen in een open veld.



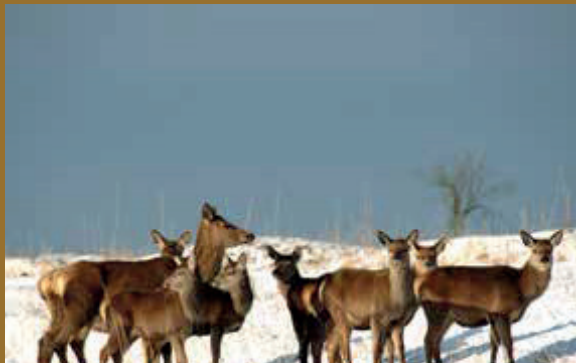
Onbereikbare plekken worden bereikbaar gemaakt. Een boot brengt je naar de Marker Wadden.



Veel observatiehutten en uitkijkpunten. Iedereen kan vogelspotten. Een vogelfestival betreft mensen.



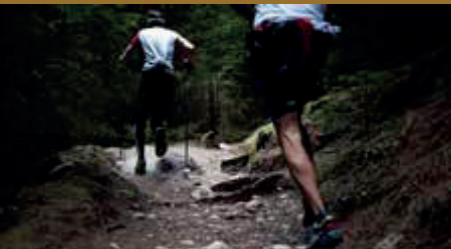
Zowel de bezoekers als het landschap zijn voortdurend in beweging. Er is steeds iets anders te zien en te doen. Van watersporten tot vogelspotten.



Kuddes zijn dichtbij te bewonderen. De boswachter geeft een enthousiaste uitleg.



Er zijn voldoende plekken om zorgeloos in het water en de modder te spetteren. Voor mens en dier. Vieze kleren en veren horen erbij.



Lekker bezig zijn in de natuur. Sporten waar weinig voor nodig is. Hardlopen, mountainbiken, survivaltochten of zelfs een mudrun.

Open

Informeel, toegankelijk en tolerant

Levendig

Dynamisch, energiek en positief



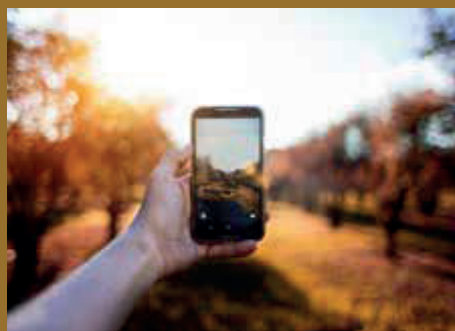
Vernieuwende combinatie van strakke kunst, architectuur en ruige natuur.



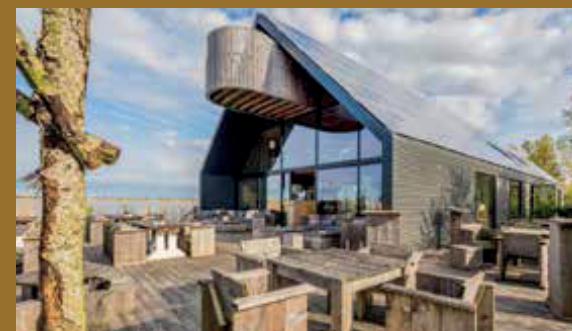
Echt ondernemen en leren. Van het determineren van waterbeestjes tot het bekijken van een informatieve film in het bezoekerscentrum.



Zelfverzekerd versterkt mens de natuur. Ondernemend worden projecten opgezet en uitgevoerd.



Met vernieuwende middelen wordt er letterlijk Nieuw Land gemaakt. Hoe dit gebeurt wordt gedeeld op een platform.



Moderne bezoekerscentra ontvangen en informeren bezoekers zodat ze het beste uit hun bezoek kunnen halen.



De nederzetting op de Marker Wadden is geheel zelfvoorzienend. de eilanden zijn niet aangesloten op het elektriciteitsnetwerk en het riool.



Natuureducatie op een originele manier. Natuur en technologie gecombineerd. Een VR ervaring, midden in de natuur. Beleef de omgeving vanuit het oogpunt van de dieren.



Natuuronderzoek, toonaangevende aanpak met twee veldstations, in de Oostvaardersplassen en op de Marker Wadden



Trots zijn op het gebied. Dit wordt onder andere uitgestraald door het icoon: de zeearend.



Innovatief

Vernieuwend, lef en origineel

Toonaangevend

Ondernemend, zelfverzekerd en trots

DE VERHAALLIJNEN VAN NATIONAAL PARK NIEUW LAND

Rond Nieuw Land ontspringen zich vier verhaallijnen die ieder aan basis liggen van het unieke karakter van dit natuurgebied. Verhalen waarvan het laatste hoofdstuk nog niet geschreven is. Elke ruimtelijke ingreep of maatregel vormt een toevoeging aan minstens één van de vier verhalen. Hetzelfde geldt voor onderzoek: alle kennis die wordt vergaard, geeft kans om minimaal één verhaal verder uit te bouwen. Binnen het domein van de educatie, communicatie en marketing zijn dit de verhalen die we willen uitdragen.

MANMADE NATUUR IN EEN VOORMALIGE BINNENZEE

Dit is het verhaal van het ontstaan van de natuur in het door de mens drooggelegde land. Nieuw Land vertelt hiermee ook het verhaal van de eeuwenlange strijd tegen het water, het bewoonbaar maken van de delta en het wonen op de bodem van de Zuiderzee. De aanleg van de Marker Wadden spreekt tot de verbeelding als een volgende stap in dit Flevolandse avontuur. Zonder de mens geen Nieuw Land, en tegelijkertijd neemt de natuur een eigen loop en kent ze geen vastgestelde grenzen.

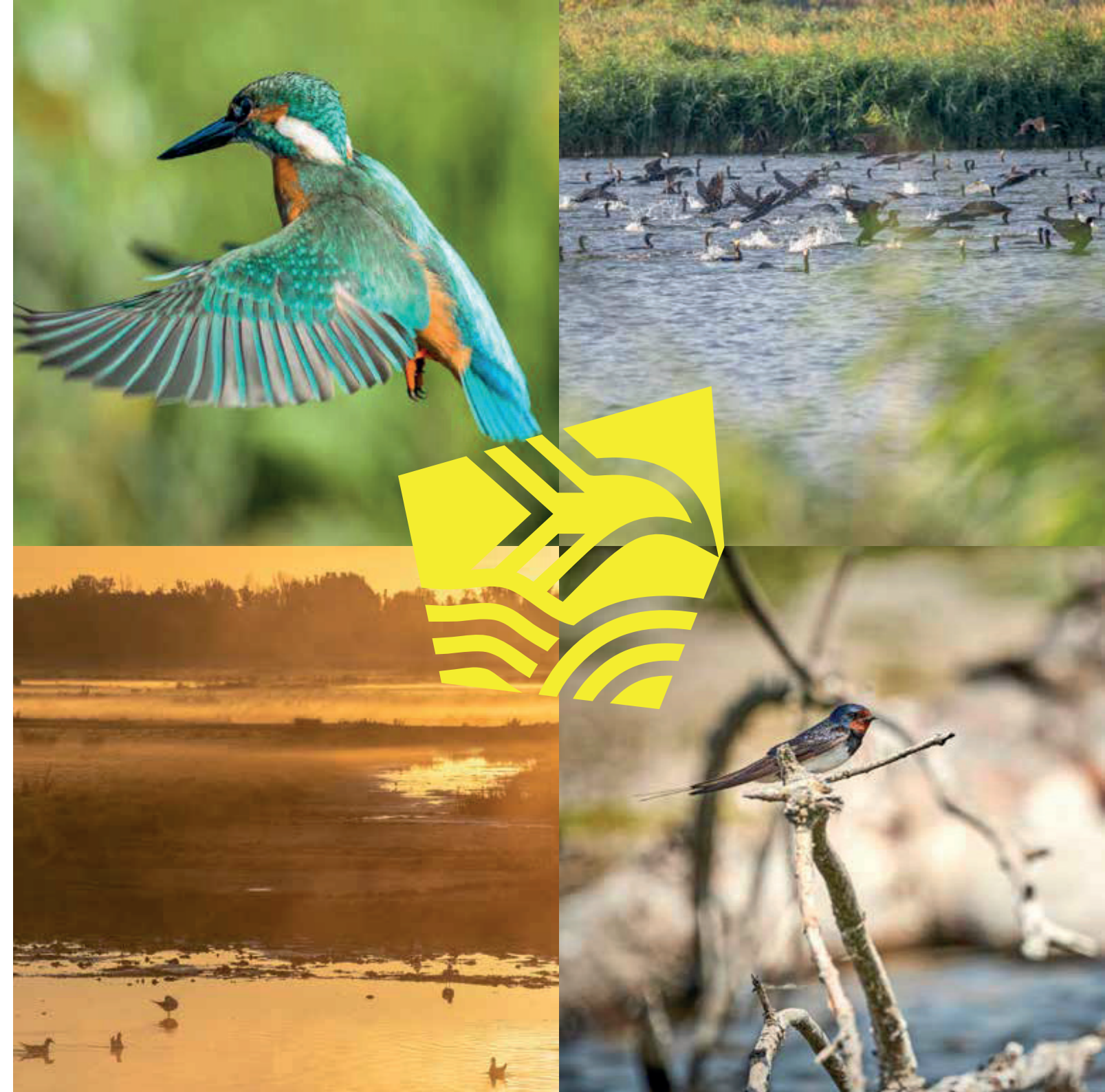
Bijvoorbeeld bij de Blocq van Kuffeler en op de Marker Wadden beleven de bezoekers hoe we enkele decennia geleden Flevoland hebben gemaakt, het grootste waterbouwkundig project ter wereld. Een verhaal waarin tot uiting komt hoe toonaangevend Nederland is op het gebied van waterbouw en civiele techniek.

Bezoekers ervaren de autonome kracht van de natuur en de invloed van de mens. Op de Oostvaardersdijk staat een metershoog object dat laat zien dat Nationaal Park Nieuw Land meters onder zeeniveau ligt; een eyecatcher voor (inter)nationale toeristen en een symbool voor deze verhaallijn.



DE GROTE VOGELTREK

Dit verhaal neemt ons mee in Nationaal Park Nieuw Land als leefomgeving en thuishaven van een grote variëteit aan vogels. Je kunt hier grote populaties vogels aantreffen. Hier zie je ganzen en eendensoorten. Verschillende roofvogels zoals de buizerd en de torenvalk leven in dit gebied, met de terugkeer van de zeearend in Nederland als mijlpaal. Bedreigde vogels als de purperreiger en de zwarte stern floreren weer. Vogelaars spotten vele zeldzame soorten. Vooral de grote vogeltrek blijft fascineren: de duizenden kilometers die blauwborsten, visdieven, lepelaars en andere trekvogels jaarlijks afleggen over de Oost-Atlantische flyway, met een bestemming of tussentijdse rustplek in Nationaal Park Nieuw Land. Er valt hier nog veel onderzoek naar te doen. Tegelijk maakt de vogeltrek de internationale ecologische waarde van Nationaal Park Nieuw Land voor een groot publiek aanschouwelijk.



DYNAMISCHE WETLANDS

Aanzienlijke delen van de natuur in Nationaal Park Nieuw Land zijn moerasachtig. In de internationale context wordt gesproken over de wetlands van Flevoland. Wetlands zijn in potentie gebieden met een grote ecologische dynamiek en diversiteit. De mate waarin die kansen tot hun recht komen, hangt nauw samen met de ruimtelijke inrichting en de daaraan verbonden waterpeildynamiek – in het manmade-land beide door de mens gestuurd. In Nationaal Park Nieuw Land wordt veel kennis opgedaan over de ecologie van de wetlands, via de natuurontwikkeling zelf en het onderzoek naar de gevolgen. Dit verhaal laat zich niet eenvoudig vertellen voor een groot publiek. Het is technisch en complex van aard. Maar bezoekers ervaren wel de dynamiek van de natuur: landschappen die veranderen, eilanden die ontstaan, de kuddes heckrunderen en konikpaarden die zich door de ruigte bewegen. Het verhaal van de dynamische wetlands vertelt hen over de natuurlijke processen hierachter.



MENS EN NATUUR IN DE METROPOOLREGIO

Dit verhaal laat zien hoe mens en natuur elkaar continu beïnvloeden en inspireren. De landschappen zijn voortdurend in verandering, niet in de laatste plaats dankzij die wisselwerking tussen mens en natuur. Nationaal Park Nieuw Land straalt optimisme uit: hier werken we als samenleving aan verbetering van de natuur (biodiversiteit en kwaliteit). We doen dat omdat we ons verantwoordelijk voelen voor de staat van de natuur, maar ook omdat we er als samenleving direct baat bij hebben. Nationaal Park Nieuw Land draagt bij aan de gezondheid en het welzijn van de bewoners in de metropoolregio Amsterdam. Het draagt bij aan het vestigingsklimaat en daarmee aan de economische ontwikkeling. De interactie tussen mens en natuur is kortom een verhaal dat onlosmakelijk met Nationaal Park Nieuw Land is verbonden.



HET ICOON VAN NATIONAAL PARK NIEUW LAND IS DE ZEEAREND

De zeearend staat voor de natuur op het nieuwe land. Het is een indicator voor de kwaliteit van grote natte natuurgebieden met vogels, vis, schoon water en respect van de mens voor de natuur. De zeearend is de ambassadeur voor grootschalige natuurontwikkeling (Bron: Vogelbescherming.nl). De zeearend was uitgestorven in Nederland en koos Nationaal Park Nieuw Land, de Oostvaardersplassen, als de plek om als eerste weer neer te strijken en te broeden. De zeearend is avontuurlijk en imposant. De spanwijdte gaat tot 2,5 meter. Ze kunnen log en traag overkomen, maar ze zijn verassend snel en wendbaar in de jacht.

Nationaal Park Nieuw Land is één van de beste plekken om in Nederland een zeearend te zien. Ze broeden in de Oostvaardersplassen sinds 2006. Telgen van de zeearendenfamilie uit Nationaal Park Nieuw Land zijn uitgezworven over heel Nederland en daarbuiten; van Grevelingen in Zeeland tot aan het Lauwersmeer.



DOELGROEPEN

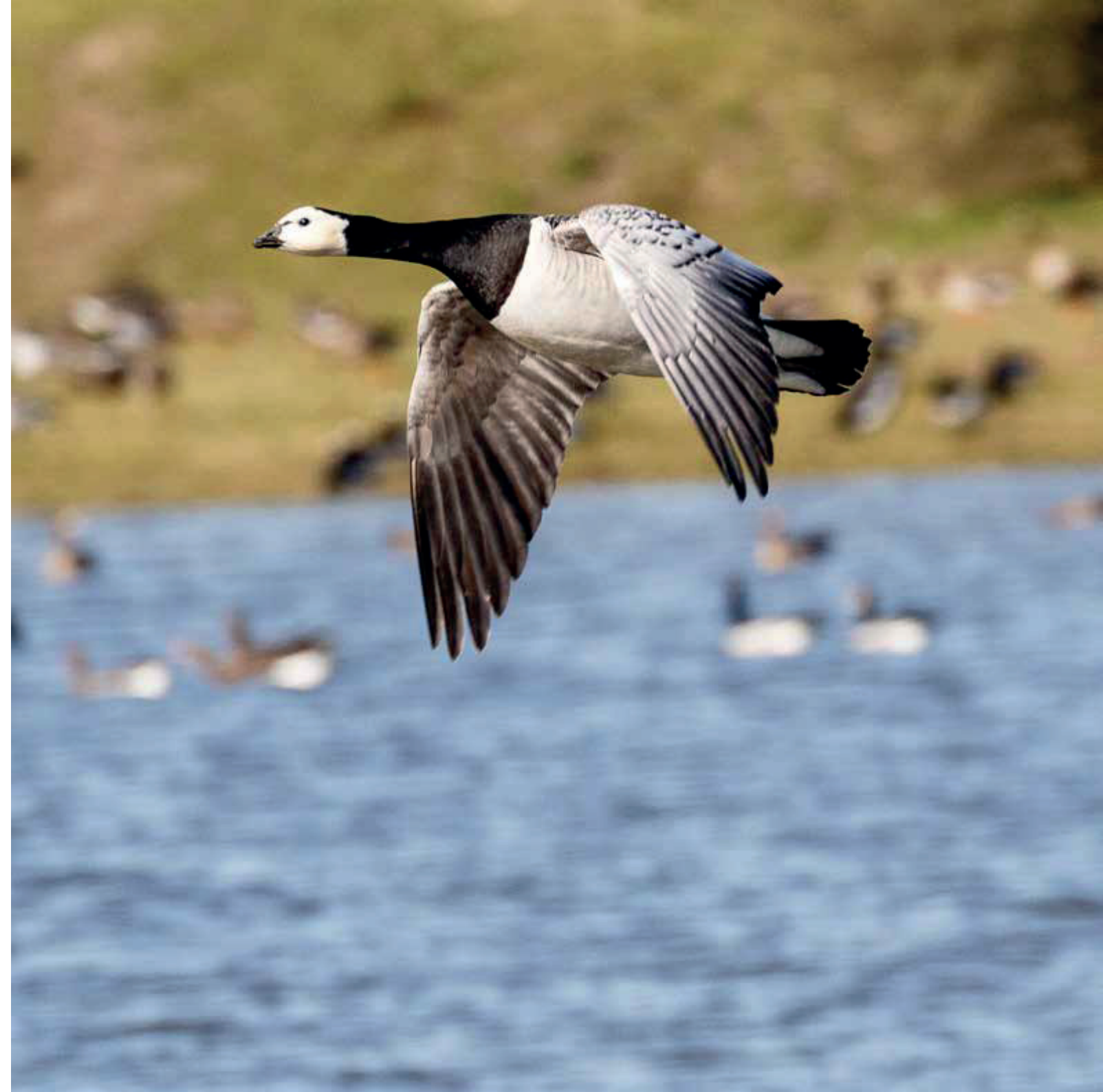
Voor de gezamenlijke gebiedspromotie is de aanpak gekozen voor een doelgroep die goed past bij het karakter van het gebied en die daarnaast geïnteresseerd is in het bezoeken van de natuur. Hoewel het Nationaal Park van en vóór iedereen is, is een communicatiestijl alleen impactvol te maken als het vormgegeven is met een bepaalde doelgroep in het vizier. Hiervoor zijn drie SAMR Leefstijlen gekozen: Avontuurzoekers, Stijlzoekers en Inzichtzoekers. Tezamen zijn zij voor ongeveer 40% vertegenwoordigd in de steden Lelystad en Almere, maar ook in de rest van Nederland.

In de poorten van Nationaal Park Nieuw Land worden verschillende leefstijlen bediend op verschillende plekken. De poorten van Nationaal Park Nieuw Land zijn nog volop in ontwikkeling. Bij de ontwikkeling van belevenissen kunt u meer informatie opvragen over de doelgroepen per gebied via info@nationaalparknieuwland.nl.



Hieronder staat een kleine beschrijving van deze doelgroepen. Meer informatie over de SAMR leefstijlen is te vinden op www.leefstijlvinder.nl.

- Avontuurzoekers: Deze creatieve recreanten zijn voor veel in, zolang het nieuw is of bijdraagt aan zelfontwikkeling.
- Stijlzoekers: Stijlzoekers gaan ervoor: in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op.
- Inzichtzoekers: Inzichtzoekers willen dingen leren en ervaren, in de natuur en met culturele activiteiten.





VOORBEELDEN, HANDVATTEN EN TIPS VOOR TOEPASSING VAN HET MERK

De merkgids beschrijft het merk Nationaal Park Nieuw Land. Het merk wordt opgebouwd uit verschillende elementen, die samen een totaalbeeld scheppen. Om bezoekers altijd en overal dit gevoel mee te geven houdt het niet op bij karakteristieke communicatiemiddelen. Alle elementen die van binnenuit of buitenaf waargenomen worden spelen een rol in hoe Nationaal Park Nieuw Land wordt ervaren. Van promotiecampagne, tot belevenissen, de bereikbaarheid en inrichting van het gebied, alles bouwt mee.

In dit deel staan zowel het waardenkompas als praktische handvatten en tips om het merk toe te passen in de praktijk beschreven. Ter inspiratie aangevuld met voorbeelden die passen bij het merk.

INVLOED VAN HET MERK OP BELEVENISSEN IN HET GEBIED

BELEVENISSEN VANUIT DE KERNWAARDEN

Belevenissen in Nationaal Park Nieuw Land zijn bovenal avontuurlijk en spannend, ze zijn niet vervreemdend en gevaarlijk, maar ook niet voorspelbaar. Er is aandacht voor hartelijkheid: toegankelijk, informeel en positief. Het waardenkompas (pagina 20) kan helpen bij de ontwikkeling van nieuwe belevenissen. Zo passen de nieuwe belevenissen bij het karakter van het gebied en de waarden die het gebied uitstraalt.

BRENG DE VERHAALLIJNEN TOT LEVEN

Om het verhaal van het gebied te vertellen, is het mooi als het ook zo beleefd kan worden. Laat in belevenissen waar mogelijk een verhaallijn tot leven komen, of vertel juist over de vier verschillende verhaallijnen. Hoe meer de belevenissen in en rondom Nationaal Park Nieuw Land het verhaal van het gebied laten ervaren, hoe intenser de kennismaking van bezoekers met dit specifieke gebied. Daarnaast kunnen arrangementen, evenementen en themaweken op een verhaallijn ontwikkeld worden. Dit biedt perspectief voor kansrijke samenwerkingen.



DE PROMOTIE VAN NATIONAAL PARK NIEUW LAND

Nationaal Park Nieuw Land wordt door de gebiedspartners Provincie Flevoland, gemeenten Almere en Lelystad, terreinbeheerders Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, het Flevo-landschap en Rijkswaterstaat in een gezamenlijke aanpak gepromoot. Dit gebeurt zowel naar de lokale bewoners, de inwoners van de rest van Nederland als naar de internationale bezoekers.

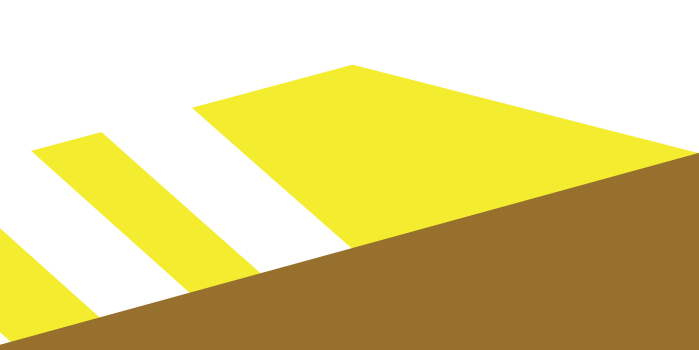
Hiervoor ontwikkelt het park eigen communicatiemiddelen, maar daarnaast wordt aangehaakt op initiatieven van anderen zoals Visit Flevoland, het Nationale Parken Bureau en NBTC Holland Marketing, de Metropoolregio Amsterdam en de Floriade van 2022 in Almere. Bij de gebiedspromotie worden het karakter, het icoon de zeearend, de verhaallijnen en de richtlijnen uit deze merkgids zo sterk mogelijk gevolgd. Samenwerking met ondernemers en andere partijen is hierbij zeer gewenst, zeker als de producten goed passen bij de Hartelijke avonturier en bij de verhaallijnen. Met deze merkgids wil Nationaal Park Nieuw Land ook inspireren om aan te sluiten en in groter verband te werken aan een sterke identiteit van dit nieuwe Nationale Park in Nederland.



TOT SLOT: CONSISTENT EN CONSEQUENT WAARMAKEN

Samen bouwen we het merk Nationaal Park Nieuw Land. Zodat Nieuw Land nog waardevoller wordt voor bezoekers, bewoners en bedrijven. Hierbij is iedereen nodig. Want het merkbaar maken van datgene wat Nationaal Park Nieuw Land wil zijn, zit vaak in kleine details. Ieders bijdrage is daarbij essentieel! Ook het gedrag van alle mensen betrokken bij en werkend in Nationaal Park Nieuw Land is een belangrijk, zo niet hét belangrijkste, element in het bouwen van een sterk merk. Uiteindelijk wordt het gevoel dat een merk achterlaat bepaald door die ene persoon die het verschil maakte of die ene ontmoeting die je niet had verwacht.





BEELDEN MET DANK AAN:

Staatsbosbeheer
Zuid-hollandse recreatieschappen
Natuurmonumenten
Merlijn Spenkelink
Jaap Lotstra
Gerard van Breemen
Jeroen den Hartog
Marjolein den Hartog
Thijmen van Heerde
Laurie Karine
Marijke Vaes
Chantal Bekker
Peter Leenen
John Gundlach - Flying Holland
Kees Dansen
Paul Klaver
Wim Brink
Tjibbe Hunink
Kevin van den Hoven
Alex Westerhof
Allwrite





Nationaal Park
NIEUW LAND

WWW.NATIONAALPARKNIEUWLAND.NL