



# DE NOORDOOSTPOLDER

Brandsheet

## INLEIDING

In deze brandsheet staan de uitkomsten van het positioneringstraject dat gemeente en andere stakeholders samen hebben doorlopen om tot een scherpe positionering en branding van de Noordoostpolder te komen.

De brandsheet is een merkbeschrijving met meerdere lagen die de Noordoostpolder een onderscheidend gezicht geeft. Met andere woorden: Dit is het verhaal, de kernboodschap, van de Noordoostpolder. Dit gezamenlijk tot stand gekomen verhaal is gestoeld op de identiteit van de Noordoostpolder en geeft richting en houvast bij (toekomstige) ontwikkelingen. Het dient als een onderlegger voor alle marketing/communicatie over het gebied. De brandsheet bevat keuzes en geeft de ambitie weer hoe we de Noordoostpolder neerzetten en uitdragen.

De brandsheet bestaat uit kernkwaliteiten, merkwaarden, een kernpropositie en een positioneringsstatement. Deze onderdelen komen in deze brandsheet achtereenvolgend aan bod.

De brandsheet is opgesteld op basis van een uitgebreide deskstudy, werksessies met verschillende stakeholders op het gebied van wonen, werken en bezoeken en interviews met verschillende stakeholders. Bovendien zijn de onderzoeksresultaten van de enquête (zie document *Associatie- en imago onderzoek Noordoostpolder*) meegenomen. In dit onderzoek is binnen en buiten de Noordoostpolder onderzocht welk beeld mensen op dit moment hebben bij de Noordoostpolder. Het geeft de identiteit en het imago van de Noordoostpolder weer en fungeert tegelijk als nulmeting voor de gebiedsmarketing.

## KERNKWALITEITEN

De kernkwaliteiten geven de belangrijkste eigenschappen van een gebied weer. Waar denkt men aan bij de Noordoostpolder? Wat maakt dit gebied uniek? Welke kenmerken maken het hier fijn wonen, werken en bezoeken? We hebben dit bekeken in vergelijking met andere gebieden. De kernkwaliteiten die ook na deze vergelijking nog stevig genoeg blijken, en dus een onderscheidend vermogen hebben, staan centraal in de brandsheet. Elke kernkwaliteit krijgt duiding door een korte beschrijving:

### 1. RUIMTE

De Noordoostpolder geeft je de ruimte. Dit ervaar je op de uitgestrekte akkers, aan de randen van de polder met uitzicht op het IJsselmeer en turend naar de **horizon**. De ruimte in de Noordoostpolder kenmerkt zich niet alleen door de **rust** die je hier vindt en de **weidsheid** van het landschap, maar ook door de ruimte om te ondernemen, te wonen en je eigen gang te gaan. Hier heb je de **vrijheid** om je eigen wensen in te vullen.

### 2. ERFGOED

De Noordoostpolder heeft een **bijzondere ontstaansgeschiedenis**. De Noordoostpolder is de eerste **polder** van Flevoland; een vernieuwend ontwerp gerealiseerd door de drooglegging van de Zuiderzee. Het erfgoed is het tastbare resultaat van deze bijzondere geschiedenis. Dit erfgoed zie je terug in de structuur van het landschap, de wegen- en

waterlopen en de **architectuur** (Delftse School en het Nieuwe Bouwen), de voormalige eilanden **Schokland** (Werelderfgoed) en het rijksmonument **Waterloopbos**.

### 3. PIONIERS

De Noordoostpolder is het door **de mens gemaakte nieuwe land** vol kansen. Geselecteerde boeren kregen hier de mogelijkheid een eigen bedrijf op te zetten. Met hard werken en **gewoon 'doen'**, maakten zij samen de zeebodem tot vruchtbaar land. Dit zie je nog altijd terug in de huidige **gemeenschap**, in het **arbeidsethos**, de samenwerking, de betrokkenheid bij **elkaar** en bij de polder en het **rijke verenigingsleven**.

Naast deze top drie kernkwaliteiten is nog een aantal kernkwaliteiten genoemd, aflopend in mate van belang:

- Centrale ligging, goede autobereikbaarheid
- Land- en tuinbouw (Agrofoodsector)
- Water (in al z'n facetten: IJsselmeer, watericonen, waterlopen, kust, strand)
- Hightech bedrijven (internationale hightech bedrijven en kennisinstututen)
- Duurzame energie

Voor de thema's wonen, werken en bezoeken specifiek zijn de volgende belangrijkste kernkwaliteiten geformuleerd:

WONEN	WERKEN	BEZOEKEN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ruimte</li><li>• Betaalbaarheid</li><li>• Recreatief aanbod</li><li>• Groene leefomgeving</li><li>• Veilige leefomgeving</li><li>• Actieve gemeenschap</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ruimte</li><li>• Samenwerken</li><li>• Hightech bedrijven</li><li>• Agrofood</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ruimte</li><li>• Erfgoed</li><li>• Water (verhaal) en groen</li></ul>

### MERKWAARDEN

Merkwaarden geven de emotionele waarden van een gebied weer. De merkwaarden zijn de meest **onderscheidende** waarden van de Noordoostpolder; ze vormen een selectie van de waarden die we hebben opgehaald door middel van de deskstudy, werksessies, interviews en onderzoek.

De gekozen merkwaarden hebben we als volgt uitgewerkt. De waarden die reeds worden geassocieerd met de Noordoostpolder en die behouden moeten blijven (linkerkant), en merkwaarden die de ambitie weergeven (rechterkant). Dit houdt in dat de ambitie niet de bestaande waarden vervangt, maar deze verrijkt.

De waarden die uiteindelijk zijn gekozen zijn *ondernemend*, *toegankelijk* en *betrokken*. De ambitie is om het imago van de Noordoostpolder meer naar *daadkrachtig*, *gastvrij* en *samen* te verschuiven.

ONDERNEMEND → DAADKRACHTIG		TOEGANKELIJK → GASTVRIJ		BETROKKEN → SAMEN	
Aanpakken	Vindingrijk	Behulpzaam	Welkom	Gewoon	Open
Nuchter	Vitaal	Vriendelijk	Uitnodigend	Gemoedelijk	Verbindend
Gewoon doen	Actief		Verrassend	Rustig	Ontspannen

## KERNPROPOSITIES

Op basis van de kernkwaliteiten en merkwaarden is een kernpropositie geformuleerd. De kernpropositie bevat in één of twee zinnen de belangrijkste belofte die we de doelgroep(en) kunnen doen. De overkoepelende kernpropositie luidt:

**‘De Noordoostpolder geeft je de ruimte om te wonen, werken en ontspannen in een groene omgeving waar je de bijzondere ontstaansgeschiedenis en de vindingrijkheid elke dag ervaart.’**

Voor de domeinen wonen, werken en bezoeken zijn de volgende kernproposities geformuleerd:

### Wonen:

*‘In de Noordoostpolder heb je de ruimte om rustig en betaalbaar te wonen op een groene en veilige plek en in een actieve gemeenschap waar de onderlinge betrokkenheid groot is.’*

### Werken:

*‘In de Noordoostpolder kan veel; je krijgt hier de ruimte om (samen) te ondernemen, te leren en te werken aan innovaties voor de wereld van morgen.’*

### Bezoeken:

*‘De Noordoostpolder heeft een unieke ontstaansgeschiedenis die je steeds opnieuw ontdekt in het landschap, de natuur, de gastvrijheid en het (wereld)erfgoed.’*

## POSITIONERINGSSTATEMENT

De Noordoostpolder, gelegen in Flevoland, is ontstaan door de drooglegging van de Zuiderzee. Het eiland Schokland behoort daardoor tot het nieuwe land. De Noordoostpolder is vormgegeven op de tekentafel als een vernieuwend ontwerp. Zo is onder de zeespiegel een uniek landschap gecreëerd met strakke wegen en rechte waterlijnen. Het nieuwe land werd met vindingrijkheid, hard werken en daadkracht ontgonnen. Op de vruchtbare bodem zijn langgerekte akkers aangelegd en aan de randen van de polder zijn bossen gegroeid, zoals het Kuinderbos, het Waterloopbos en het Voorsterbos. Op dit nieuwe land kregen ondernemers uit alle windstreken de kans om een nieuw bestaan op te bouwen. Samen hebben zij een actieve gemeenschap opgebouwd.

De bijzondere ontstaansgeschiedenis van de Noordoostpolder ervaar je nog iedere dag. Je voelt het in de gastvrijheid, onderlinge betrokkenheid en het rijke verenigingsleven. En je ziet het terug in de structuur van het landschap, de architectuur in de dorpen, het werelderfgoed Schokland en de ligging ten opzichte van het vissersdorp Urk.

De Noordoostpolder biedt volop ruimte voor wonen, werken en ontspanning. De ruimte kenmerkt zich niet alleen door de rust en de weidsheid van het landschap, maar ook door de vrijheid om je eigen wensen in te vullen. Wonen in de Noordoostpolder betekent betaalbaar wonen in een groene en veilige leefomgeving. Emmeloord is het centrum van de Noordoostpolder en daar omheen ligt de dorpenring met Bant, Creil, Ens, Espel, Kraggenburg, Luttelgeest, Marknesse, Nagele, Rutten, Tollebeek.

In de Noordoostpolder heb je ruimte om (samen) te ondernemen en te ontwikkelen. De pioniersgeest en vindingrijkheid zijn nog steeds zichtbaar en voelbaar in de samenleving. Het heersende arbeidsethos is hier: 'gewoon doen'. Die daadkracht en innovatiekracht zijn ook motoren achter de land- en tuinbouw, de handelshuizen en onze metaalbedrijven. Ondernemers van de Noordoostpolder zijn wereldwijd actief. Samen met kennisinstututen als NLR, DNW en NAK werken zij vanuit Noordoostpolder aan de innovaties van de toekomst.

Voor bezoekers is er veel te zien, te doen en te beleven in de Noordoostpolder. Naast bekende attracties als de Orchideeënhoeve, Wellerwaard en Netl park, zijn boerderijwinkels, bezoekerstuinen en fruitboomgaarden ook zeker de moeite waard. Dat er hier altijd iets te beleven is, komt ook door de vele evenementen en festivals. De tulpenvelden trekken jaarlijks vele toeristen van over de hele wereld. En dat allemaal vier meter onder de zeespiegel.



Bureau Buhrs  
communicatie &  
gebiedsmarketing