



Leernetwerk Merkontwikkeling **Welkom**



#NationaleParken



Introductie

Angelique Vermeulen

Trekker Expertiseteam Merk,
Beleving & Marketing





Team Merk, Beleving & Marketing

- Trekker: NBTC: Angelique Vermeulen
 - Staatsbosbeheer: Marloes Berndsens
 - IVN: Thea Peters
 - ANWB: Paul Makken
 - Provincie Zuid-Holland: Odette Hartgerink
 - SNP: Hans Schiphorst
 - Natuurmonumenten: Marielle Boerstoeel
 - Programma NP/EZ: Sandra Greeuw
-
- De Veluwe: Bastiaan Overeem, VisitVeluwe
 - NLDelta Biesbosch-Haringvliet: Patty Kanselaar, Parkschap de Biesbosch
 - Nederlandse Waddengebied: Michel Aaldering, Marketing Groningen
 - Hollandse Duinen: Lisa van der Veen, Staatsbosbeheer



Ambitie & Doelstellingen Merk Beleving & Marketing

Ambitie

Onze Nationale Parken zijn iconen met (inter)nationale aantrekkingskracht.

Doelstellingen

1. Nationale Parken zijn een sterker merk
2. Nationale Parken bieden unieke natuur van internationale allure
3. Nationale Parken trekken meer bezoekers
4. Het nationale Park zorgt voor een betere sociaaleconomische ontwikkeling van de regio en is onlosmakelijk verbonden met de regio
5. Nationale Parken hebben een effectievere governance



Waar staan we nu?

- Overkoepelend merkverhaal; de Nederlandse natuur voor Nationale Parken Nieuwe Stijl ✓
- Sterk merk voor de 4 winnende gebieden (Veluwe, Waddenzee Werelderfgoed, NLDelta, Hollandse Duinen) ✓
- Start implementeren van de gebiedsmerken (merkactivatie)
- Ontwikkelen logo voor *label* Holland National Parks voor internationale promotie



Verhaal van de Nederlandse Natuur

Op maar weinig plekken in de wereld is **de natuur op korte afstand zo divers** als in Nederland. En nergens is de interactie tussen water en land, en tussen natuur en mens, zo duidelijk aanwezig en zo inventief aangepakt.

In Nederland koesteren we onze natuur en zijn we ons bewust van de kwetsbaarheid ervan. Onze Nederlandse volksaard en het leven met beperkte ruimte, wind en water vormen onze natuur en hoe we ermee omgaan; we versterken en ontwikkelen. Wij doen het 'the Dutch way': zorgzaam en nuchter, maar ook ondernemend en vernieuwend. We staan open voor ideeën en inzichten, proberen deze graag uit en gaan verbindingen aan tussen de natuur en haar omgeving.

De interactie **tussen water en land**, en **tussen natuur en mens**, heeft unieke gebieden opgeleverd. Duinen, bossen, heide, laagveen, getijdenwater, beekdalen en vennen; allemaal op korte afstand van elkaar. Elk gebied heeft zijn unieke karakter en historie, met eigen planten, dieren en landschappen. En een geheel eigen rust en dynamiek.

In Nederland staan we voor natuur die uitnodigend is. Waar iedereen natuur op zijn manier kan beleven juist door de diversiteit tussen en binnen gebieden. Waar **natuur en mens elkaar versterken** in al hun diversiteit.

In Nederland is natuur onderdeel van onze historie, maar zeker ook van onze toekomst die we samen maken. Welkom in onze unieke natuur!



Merkontwikkeling voor de andere gebieden

- Alle gebieden die toewerken naar de standaard voor Nationale Parken Nieuwe Stijl.
- Zij werken aan eigen identiteit/merk dat aansluit bij het overkoepelende verhaal van de Nederlandse Natuur
- Een sterk merk draagt bij aan de professionalisering van deze gebieden.



Doelgroepen

- Wie ben je en voor wie ben je relevant en onderscheidend?
- Welke doelgroepen passen bij je?
- Internationale, nationale, (boven)regionale doelgroepen



Label Holland National Parks

- Uiteindelijk een aantal Nationale Parken Nieuwe Stijl die zich richten op verschillende doelgroepen
- Gebieden interessant voor de internationale markt worden gepromoot onder het label **Holland National Parks**. Zij fungeren hierbij als visitekaartje voor de onderscheidende kenmerken van de Nederlandse natuur.
- Label Holland Nationaal Parks wordt alleen gebruikt voor internationale promotie
- Met de 4 winnaars van de verkiezing *Mooiste Natuurgebied van Nederland* wordt nu gewerkt aan deze internationalisering