



De identiteit van Flevoland

Als je de provinciegrens passeert weet je meteen dat je in Flevoland bent. Flevoland is Nederlands meest herkenbare provincie: gelegen op de voormalige zeebodem, zo'n vier meter onder de zeespiegel en beschermd door vele kilometers dijk.

Door wereldwijde trends gaan veel plekken steeds meer op elkaar lijken. Hierdoor neemt de eigenheid af. We willen graag dat Flevoland zich hieraan onttrekt en zijn eigen verhaal blijft vertellen. Het verhaal dat Flevolanders blijvend bindt.

**(uit: Het Verhaal van Flevoland,
Omgevingsvisie FlevolandStraks 2017)**

Het belang van een sterke identiteit

Mensen hebben een identiteit. Het is datgene wat uniek of eigen is aan iemand. Gebieden hebben dit ook. De identiteit is dan het gevoel dat iemand krijgt wanneer hij of zij in het gebied is. Het is datgene wat het gebied maakt tot wat het is; wat het authentiek en uniek maakt.

Deze identiteit komt tot stand door een optelsom van wat je ziet en ervaart. Door het landschap, de steden en dorpen, de (economische) activiteiten die er ontplooid worden én door de mensen waarmee je in aanraking komt. Datgene waardoor een bewoner, ondernemer, bestuurder of bezoeker zegt: dat is typisch Flevoland.

Een sterke identiteit is authentiek (passend bij het gebied en zijn geschiedenis), relevant (het is aantrekkelijk voor mensen om er te zijn) en onderscheidend (het is anders dan andere gebieden). Een sterke identiteit ontstaat als in het gebied die 'optelsom' plaatsvindt. Als alle elementen in het gebied logisch bij elkaar passen. En het mooie is dat dit een gebied aantrekkingskracht geeft. Omdat we weten wat we van het gebied kunnen verwachten én het deze verwachtingen waarmaakt. Omdat het een aantrekkelijk en logisch geheel vormt.

Een voorbeeld van een gebied met een sterke identiteit is bijvoorbeeld Schotland. Iedereen weet wel dat ze daar niet allemaal in kilts rondlopen, whisky drinken en boomstammen werpen, maar het ruige onafhankelijke karakter zit echt in dit gebied. Zowel landschappelijk als in de mensen. En dat trekt ons aan als bewoner of bezoeker.

Waarom een identiteitskompas

Een sterke identiteit ontstaat niet zomaar. Je moet duidelijk voor ogen hebben (en houden) wie je bent/wilt zijn en dit waarmaken in alles wat je doet. Impliciet doe je vaak al veel 'op z'n Flevolands' maar als we dit nog sterker kunnen maken én uitdragen dan wordt het Flevoland gevoel meer merkbaar en daarmee meer waardevol.

Het Verhaal van Flevoland is één van de elementen om Flevolandse te binden. Het vormt een inspiratiebron voor iedereen die meebouwt aan Flevoland met behoud van zijn eigenheid. Om hier praktische uitwerking aan te geven is het identiteitskompas ontwikkeld. Een identiteitskompas beschrijft de kern van de identiteit op een handzame manier zodat iedereen die meebouwt aan Flevoland de identiteit consistent kan versterken.

Op deze manier kan de Flevolandse identiteit eenvoudig gebruikt worden voor nieuwe ideeën, projecten en activiteiten, voor strategie en beleidsontwikkeling en voor gezamenlijke communicatie. Zodat we in al deze elementen onze identiteit aanbrengen en in samenhang uitdragen ten behoeve van de gebiedsbranding van Flevoland.

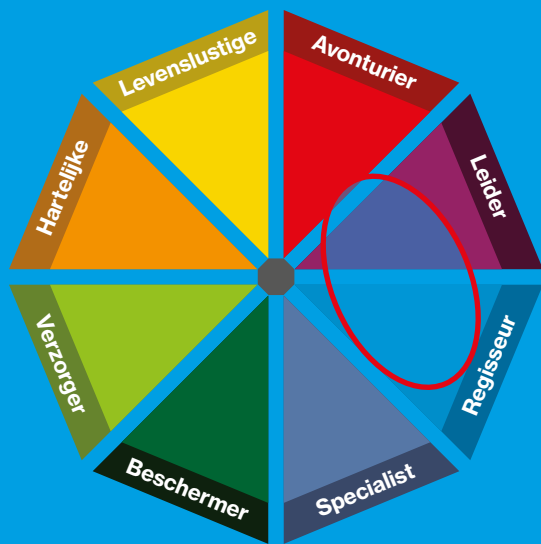


Ieder seizoen vinden er in Flevoland v
Of je nu uit je dak wilt gaan op Lowlands, v
of verrast wilt worden op een cultureel buiten
allemaal! Hieronder een overzicht van wat
En houd onze **culturele uitagenda** in de
informatie.

> Popfestivals

> Klassiek

> P



Het karakter van Flevoland

Een sterke identiteit weerspiegelt iemands karakter. Er bestaan acht oerkarakters waarmee mensen maar ook bedrijven, organisaties of gebieden binnen het karaktermodel kunnen worden getypeerd.

De karakters aan de bovenkant van het model zijn meer uitgesproken, die aan de onderkant meer ingetogen. De karakters aan de linkerkant zijn meer proces / sociaal georiënteerd en die aan de rechterkant zijn meer gericht op de inhoud / het resultaat.

Een gebied als de Veluwe heeft bijvoorbeeld het lichtgroene karakter van de Verzorger: vriendelijk, prettig en mooi verzorgd. Terwijl een gebied als de duinen het gele karakter van de Levenslustige heeft: vrolijk, energiek, ontspannen. Er is geen goed of fout; het is het basisgevoel dat je met elkaar vaststelt en dan voor je laat werken.

Flevoland heeft het karakter van de Regisseur: een resultaatgericht karakter, licht ingetogen maar met een duidelijke visie en drive. Daarnaast zitten er ook veel rode elementen van het karakter van de Avonturier in Flevoland. De durf om zaken aan te pakken op een manier die elders niet of minder zou kunnen. Het karakter van Flevoland heet daarom de Avontuurlijke Regisseur.



De identiteit van Flevoland

De identiteit van Flevoland, gebaseerd op het karakter van de Avontuurlijke Regisseur, is weergegeven in het Brandhouse model. Met dit model worden de belangrijkste elementen die een identiteit bouwen kernachtig samengevat. Met als doel dat alle betrokken de kern van het 'Flevoland gevoel' snel kunnen vatten.

In het 'wolkje' van het huis staat de Overtuiging van waaruit in Flevoland wordt geleefd en gewerkt. Deze Overtuiging is dat Flevoland gelooft in de kracht van mensen. Dat mensen de toekomst maken in Flevoland. Een gebied dat door mensenheden letterlijk is gemaakt en ook naar de toekomst toe door mensen verder wordt vormgegeven.

In de kern van het huis staat de Belofte. Dit is het overkoepelende gevoel dat je krijgt in Flevoland, namelijk dat er ruimte is om idealen te realiseren. Klein of groot. Individueel of samen. In Flevoland kunnen meer en andere dingen dan in andere gebieden van Nederland.

En tenslotte staan om het huis vijf Waarden. Deze beschrijven samen de typische Flevolandse houding en stijl. Aan de basis de zogenaamde ankerwaarden: aanpakken en slim. In de dakgoot van het huis de aspiratiewaarden: durf en met elkaar. Deze waarden zitten in het karakter van Flevoland maar mogen er hier en daar nog meer uitkomen. En dan aan de top de eigenwaarde: ondernemend. Deze waarde is de meest kenmerkende van allemaal. Als we één waarde terugkrijgen om Flevoland te typeren dan zou het deze moeten zijn; het gevoel dat er ondernemendheid is in alle hoeken en gaten van de provincie.



Aanpakken

Zit in ons aller bloed. Geen woorden maar daden. Gedreven, daadkrachtig en met doorzettingsvermogen. Zit in de Flevolandse historie van het inpolderen en de pioniers die naar het nieuwe land trokken, maar ook nu zien we het terug in alle bedrijvigheid en grote projecten als Almere 2.0.

Slim

Is onze provincie ten voeten uit. Inventief, ingenieus en doordacht. In alle details van vroeger en van vandaag. Van het geplande 'Mondriaanse' landschap tot de doordachte stedenbouwkundige concepten. En ook nu in projecten zoals de Marker Wadden.

Durf

We hebben lef om zaken anders dan anderen te doen. We durven te experimenteren, eigenzinnig en innovatief te zijn. Ook nu pakken we opgaven als woningbouw, bodemdaling, transformatie in landbouw en duurzame energie zoveel mogelijk voortvarend aan.

Met elkaar

We zijn en maken Flevoland. Open, samenwerkend en elkaar versterkend. Overheden hebben de polders aangelegd en ingericht. Maar inwoners, organisaties en ondernemers maken uiteindelijk onze identiteit door hun idealen te realiseren.

Ondernemend

Initiatiefrijk, ambitieus en resultaatgericht. Dit is de optelsom van alle andere waarden. Alle opgaven – klein of groot – omarmen we op een wijze waarin we de kenmerkende elementen van onze provincie koesteren en verrijken met nieuwe passende elementen om klaar te zijn voor de toekomst.

Waardenkompas

Het Brandhouse beschrijft de identiteit van Flevoland. Met onze overtuiging, belofte en vijf waarden. Als praktisch kompas zijn de waarden nog wat verder ingekaderd. Zodat iedereen die de identiteit gaat gebruiken gemakkelijk kan beoordelen wat wel of niet past en hoe dit meer passend te maken.

Het waardenkompas toont de betekenis van elke waarde door de woorden eronder. Daarnaast wordt duidelijk wat 'te weinig' en 'te veel' van de waarde is. Zo betekent Aanpakken niet dat we alleen 'beginnen' maar ook niet dat we zaken 'afraffelen'. En Slim betekent niet dat alle zaken 'Bedacht' moeten zijn, en moeten we oppassen dat we niet te 'Ingewikkeld' gaan doen.

Door dit waardenkompas met elkaar te gebruiken wanneer we zaken opstarten, ontwikkelen of uitvoeren en door het er vaak over te hebben (bv 'heeft dit voldoende Durf') bouwen we samen aan het nog sterker maken én laten zien van onze identiteit.

Te weinig

Precies goed

Te veel

Overwegend **Ondernemend** Opportunistisch

Oprecht betrokken, sympathiek, verbindend

Binnen de lijntjes **Durf** Riskant

Experimenteren, eigenzinnig, innovatief

Beginnen **Aanpakken** Afraffelen

Gedreven, daadkrachtig, doorzetten

Afgestemd **Met elkaar** Polderen

Open, samenwerkend, versterkend

Bedacht **Slim** Ingewikkeld

Inventief, ingenieus, doordacht

Praktische voorbeelden gebruik identiteitskompas

Stel je organiseert een nieuw evenement in Flevoland. Wat zou dan passen bij de identiteit van Flevoland en zo meebouwen aan het sterker en zichtbaar maken hiervan? En wat past minder? Of kunnen we in de uitvoering meer passend maken? Wellicht een Challenge met drones? Ondernemend, eigenzinnig en innovatief.



Een ander voorbeeld zou kunnen zijn het inrichten van een nieuw woongebied. Hoe pakken we dit aan en voeren we dit uit op een manier die past bij Flevoland. Wat is hierin typisch Flevolands? Wellicht niet direct via een pitch met architectenbureaus, maar door de stakeholders, omwonenden en toekomstige bewoners te betrekken. Door met elkaar dit aan te pakken.

En tenslotte een voorbeeld van de communicatie over Flevoland en de dingen die in het gebied plaatsvinden. Hierin gebruiken we natuurlijk veel beelden waar we trots op zijn. Waar de ondernemendheid vanaf spat. Maar let op dat deze niet te 'kil' worden door alleen het resultaat weer te geven. Laat mensen zien en betrokkenheid. Want hiervoor doen we het.



Fotografie:

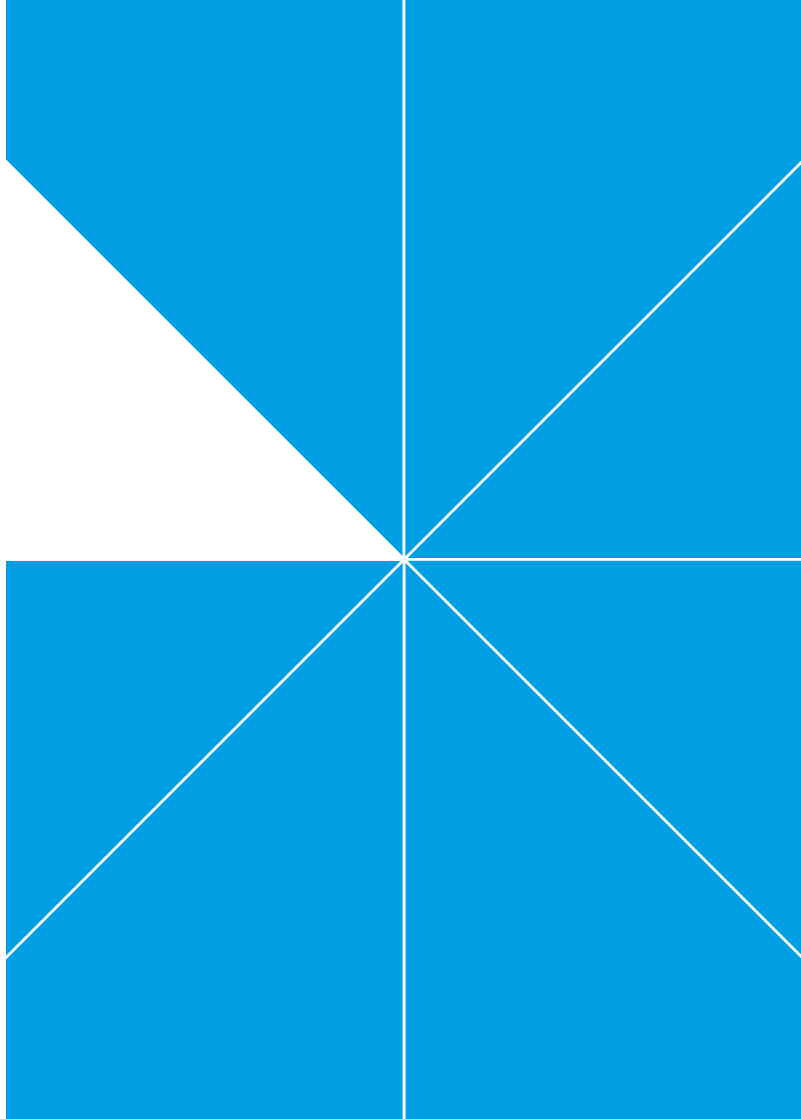
Theatervoorstelling *Mare* - Anna van Kooij

Deltawerk - RAAAF & Atelier de Lyon

Marker Wadden (luchtfoto) - John Gundlach

Marker Wadden (planfoto) - Marten van Dijk

Almere - C_Toala



De identiteit van Flevoland

**Het identiteitskompas is tot
stand gekomen door
bijdragen van onder andere:**

Waterschap Zuiderzeeland, Toerisme Flevoland, Communicatieplatform Flevoland, gemeenten, bedrijfskringen, woningcoöperaties en citymarketingorganisaties in Flevoland, Win4all Flevoland, VNO-NCW Midden, Lelystad Airport, Floriade, diverse Flevolandse ondernemers en de Provincie Flevoland.