



EEN RAND- STEDELIJKE PROEFTUIN

Hoe het Groene Hart zich op de kaart zet met een bindend merkconcept.

**VANDEJONG
AMSTERDAM**

Opdrachtgever

Programmabureau het Groene Hart

Opdracht

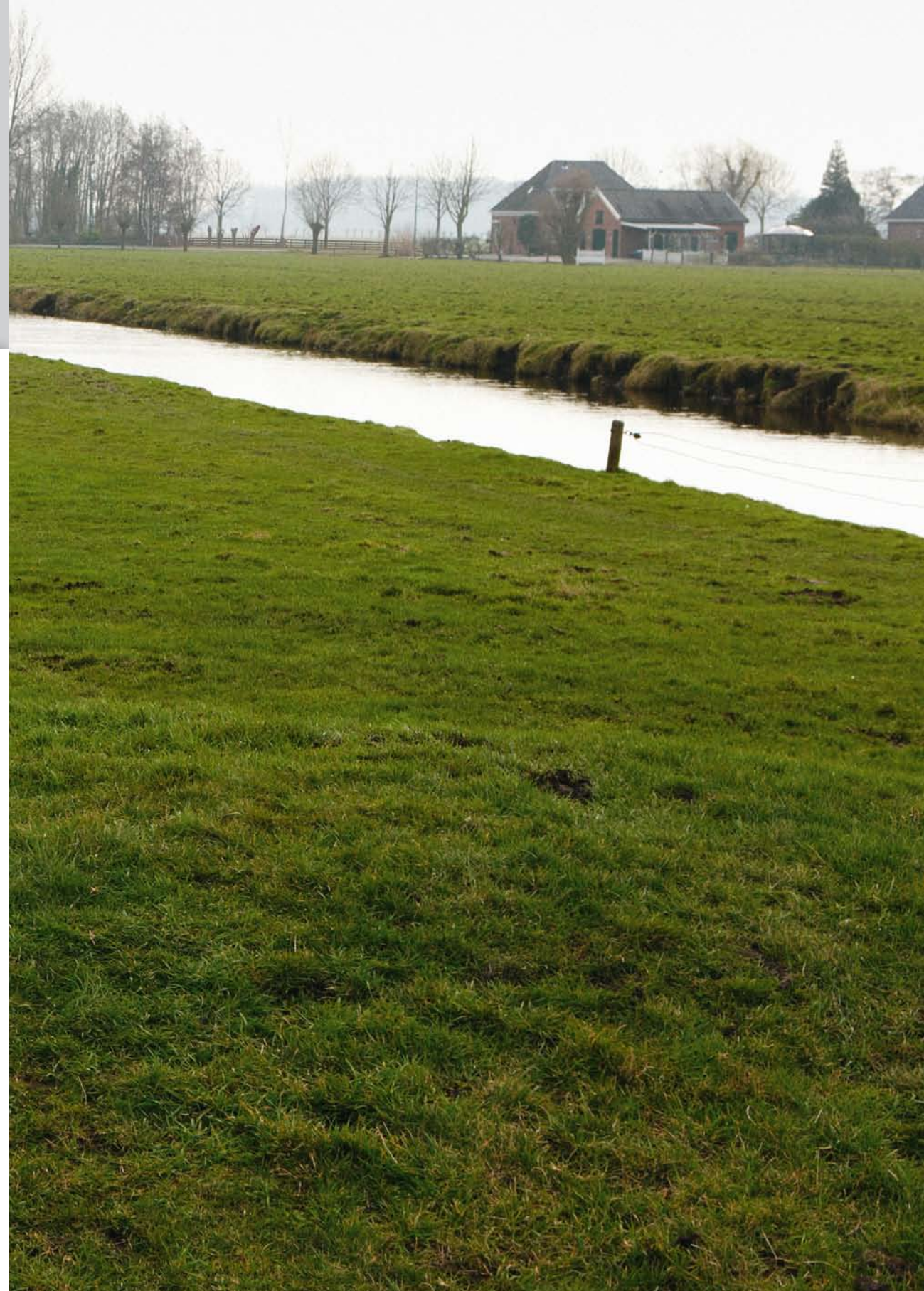
Ontwikkel een identiteit en campagne voor het Groene Hart dat het gebied eenduidig op de kaart zet

Oplossing

Verenig de partners in het Groene Hart onder één merk

Merkconcept

Proeftuin Groene Hart





Het Groene Hart is van oudsher een plek waar innovatie plaatsvindt



Een proeftuin voor nieuwe ideeën

**'PROEFTUIN'
GROENE HART**





HET GROENE HART BEGINT HIER

Het Groene Hart is een van de grootste nationale parken van Nederland. Een divers landschap met polders, plassen, rivieren, veengebieden, molens, dijken, land- en tuinbouw, industrie, stadjes en dorpen. Een interessant en divers gebied maar voor bezoekers nauwelijks herkenbaar.

Het Groene Hart is bekend als begrip, wat het gebied betekent voor de Randstad en de Nederlandse toeristenmarkt? Weinig mensen die het weten. Zelfs de aanbieders in het Groene Hart vinden het moeilijk de betekenis van het gebied te duiden. De Groene Hart'ers zijn versnipperd. De verschillende aanbieders

in het Groene Hart promoten het gebied op hun eigen manier, met elk een andere boodschap en ieder in zijn eigen stijl. Van één Groen Hart is dus niet echt sprake.

De provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht willen daarom het Groene Hart als één herkenbaar geheel op de kaart zetten bij bewoners, bedrijven en (potentiële) bezoekers. Ze vragen Vandejong om een merkconcept, identiteit en campagne te ontwikkelen dat het Groene Hart weer aan elkaar lijmt.

Alle aanbieders verenigd onder één merk

We ontwikkelen een communicatiestrategie die de aanbieders met elkaar verbindt, een kader waarbinnen ze zelf content kunnen maken met een eenduidige identiteit.

We maken een onderscheidend merkconcept dat alle elementen van het Groene Hart samenbrengt: de aanbieders, activiteiten en producten, de geschiedenis en de toekomst. Een concept dat in één oogopslag duidelijk maakt wat het Groene Hart is en wil zijn.

Proeftuin Groene Hart

Met alleen 'groen' kan het Groene Hart zich niet onderscheiden van andere natuurrijke plekken in Nederland. We zoeken daarom naar de uniciteit van het gebied. Een analyse van de activiteiten, ondernemers, de

geschiedenis en de toekomstvisie voor het Groene Hart leert al snel dat het gebied van oudsher een proeftuin is. Een plek gemaakt door menselijke innovatie: molens, dijken, inpolderen, turfsteken etc.

En een proeftuin is het nog steeds. In het Groene Hart wordt volop geïnnoveerd met onder andere duurzame energie, agricultuur, duurzaam bouwen, natuurbeheer en recreatie. Vernieuwen zit in het DNA van de bewoners en ondernemers van het Groene Hart.

Zo zoeken veel boeren door tegenslag in de agrarische sector naar innovatieve manieren om hun bedrijf uit te breiden. Sommigen zijn bijvoorbeeld naast boer ook horecaondernemer met een eigen B&B of hebben een winkel in streekproducten met een proeverij.

Maar 'proeftuin' staat ook voor beleving, voor zintuiglijk genieten: proeven, ruiken, voelen. Het merkconcept is duidelijk. Proeftuin Groene Hart. De experimentele achtertuin van de randstedeling, een plek om te genieten.

Online toeristisch platform

We creëren een 'open' en vrij te gebruiken merk en stijl. Alle belanghebbende partijen kunnen zich aansluiten bij het open merk en haar naar eigen wens gebruiken. We starten het eerste online en user generated toeristisch platform: www.groenehart.nl. De aanbieders uploaden zelf hun diverse aanbod aan activiteiten, producten en projecten en houden het actueel.

Bezoekers kunnen recensies schrijven over activiteiten en een eigen recreatiekalender maken. Zo ontstaat er interactie tussen de aanbieders in het Groene Hart en de bezoekers. Vraag en aanbod komen bij elkaar.

Een speciale redactie coacht de aanbieders in hun communicatie. De redactie stimuleert de aanbieders om hun aanbod actueel te houden of binnen een bepaald thema een speciale aanbieding te presenteren. Bijzondere activiteiten krijgen een plaats in de etalage op de homepage. Op deze manier genereert het platform nieuw aanbod in het Groene Hart en betere kwaliteit in recreatiemogelijkheden.

Campagne voor de randstedeling

Veel mensen vinden het Groene Hart ver weg. Maar het Groene Hart begint praktisch in de stad. Het is de achtertuin van de randstad. We maken daarom een concept voor een imagocampagne met de slogan: Het Groene Hart begint hier!

De campagne brengt onder andere de steden Amsterdam, Leiden, Den Haag, Rotterdam en Utrecht naar het Groene Hart, en andersom. Je vindt de slogan terug op plekken waar je het Groene Hart tegenkomt. Dat is niet alleen op de stadsgrens of in het Groene Hart, maar bijvoorbeeld ook op streekproducten in de supermarkt. Je vindt variaties op de slogan afhankelijk van het middel en het moment. 'Proef het Groene Hart', 'Trots op het Groene Hart' en meer.

Samenwerking met succes

Het open merk Groene Hart is sinds maart 2009 actief. Het Programmabureau het Groene Hart ziet een verbeterde samenwerking tussen de vele partijen in het Groene Hart. Bij de start van het project stonden vele aanbieders sceptisch tegenover gezamenlijke communicatie. De introductie van het open merk en de toepassing hiervan op de website hebben dit weggenomen. De aanbieders zien nu hoe gezamenlijke communicatie met een herkenbare identiteit kansen oplevert voor de ontwikkeling van activiteiten en het aantrekken van bezoekers.

Vandejong en de promotie van stad en land

Stad en land zijn niet bedacht om zichzelf te verkopen. In essentie is een plek immers niets meer dan enkele vierkante kilometers of een paar ton baksteen. Bijzondere plekken ontstaan door bijzonder leven. Mensen bepalen de sfeer. De vragen die Vandejong daarom stelt bij de positionering van stad, land, wijk, straat en gebouw zijn: wat is de behoefte van de toekomstige gebruiker? Wat is er nodig voor een levendig gebied? Hoe kunnen we de bewoners en bedrijven die de plek uiteindelijk gaan 'maken' bij het proces betrekken?

Een logo met slogan is daarvoor niet genoeg. Een plek heeft een inhoudelijk programma nodig dat mensen bindt en een communicatiestrategie die dat onder-

steunt. Met dit als vertrekpunt ontwikkelt Vandejong diverse merken en campagnes waarmee gebieden opnieuw op de kaart worden gezet.





het
GROENE
HART
begint
hier

sluit je
aan bij
het
GROENE
HART

trots
op het
GROENE
HART



Welkom

http://www.groenehart.nl

Google

Home | Over het Groene Hart | Groene Hart Organisaties | Contact + Colofon
Handleiding ondernemers

Meld uw organisatie aan!
Aanmelden | Inloggen

het GROENE HART begint hier

aanraders

5 juli 2009

Bijzonder in de polder



Op zoek naar een bijzonder dagje uit? Spannend, authentiek, verrassend en buiten de hectiek van de stad, met fluitende vogels in de frisse buitenlucht? Wij openen deuren voor u die anders dicht blijven, en achter iedere deur wacht een verrassing!

[lees verder](#)

< 1 2 3 4 5 >

mijn programma

Ik vertrek

vanuit i

maximale afstand

zoeken in het 

deze week in het GROENE HART

organisatie aanbod nieuws

Natuurlijk! Kunst
Van 27 juni tot en met 12 september staan op twintig plaatsen in de Nieuwkoope plassen kunstwerken op platforms van 3 x 3 meter.



Met paard en wagen op Zederiktocht
Zaterdag kun je in Zederik een prachtige stoet paarden en wagens bekijken of zelf meerijden met de Zederiktocht ...



Spectaculaire drakenboottraces in Woubrugge
Kom zaterdag genieten van een spetterende waterrecreatiedag in Woubrugge. Naast de traditionele drakenboottraces ...



Sportief de polder tussen Benschop en Oudewater beleven
Boogschieten en wandelen via satellieten.



Bijzonder Haastrecht en Oudewater in de Polder
Ontdek het bijzondere Haastrecht en Oudewater!



Overnachten in een hooibergghut
In de beschutte omgeving van de tuin kunt u verblijven/overnachten in één van onze 2 hooibergghuten ...



[bekijk meer](#)

ZOEK EEN ACTIVITEIT

DI WO



Berkenwoude in de Krimpenerwaard




KALENDER VAN DE WEEK

14/06 [Actief fietsen](#)

14/06 [Opening Groenmarkt](#)

15/06 [Actief fietsen](#)

[meer deze week](#)

LAATSTE REACTIES VAN GROENE HART LIEFHEBBERS

[Pannenkoeken eten](#)

[Kinderboerderij](#)

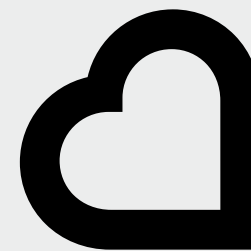
[Kanoën](#)

[Kamperen](#)

Groene Hart



De meest innovatieve ondernemers worden beloond met een innovatieprijs





Over Vandejong

Vandejong is een strategisch en creatief branding bureau. Branding gaat volgens ons over het vormgeven van betekenisvolle relaties. Wij bouwen optimistische merken die mensen en organisaties met elkaar verbinden en gebruiken strategie en creativiteit om verandering en innovatie te stimuleren. Brand activists, noemen wij onszelf ook wel. We werken graag met mensen die nieuwe wegen durven inslaan en geloven in wederzijdse inspiratie. Onze aanpak is projectmatig en multidisciplinair. Strategen en creatieven werken nauw samen en waar nodig betrekken we experts van buiten. Zo leveren we een brede bijdrage: van merkconcept en creatieve strategie tot de uitwerking naar concrete campagnes, middelen en, als het nodig is, nieuwe diensten en producten. Het resultaat: eerlijke en oprechte communicatie met een onderscheidende stijl.

Het Groene Hart

Strategie, concept en realisatie
Vandejong Amsterdam,
www.vandejong.nl

Technische realisatie website
Peers

Fotografie merkboek
Suzanne Karstens Photography

Locatiefotografie
De Boerinn, Kamerik,
www.deboerinn.nl

Eindredactie
Paul Witte



Voor meer informatie

Ilse Huijg

Bureau manager

ilse@vandejong.nl

Contactgegevens

t: 0031 20 462 2062

e: info@vandejong.nl

www.vandejong.nl

blog.vandejong.nl