

West-Brabant

Inspiratiegids

De tijd om samen te genieten

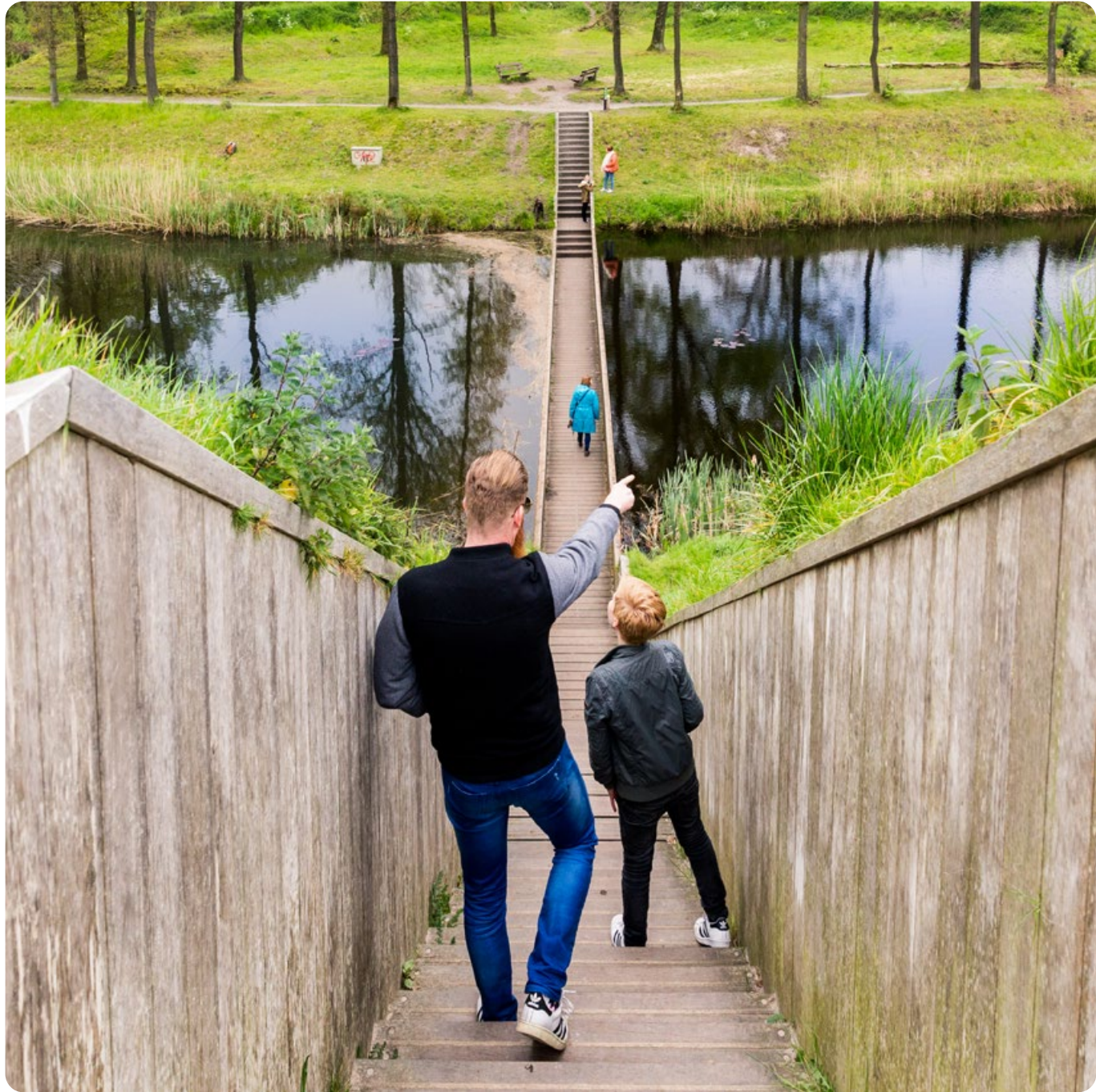
Welkom in bourgondisch West-Brabant

Beste lezer,

Velen van ons zullen West-Brabant herkennen als regio waar je prettig kunt wonen, werken en leven. Wanneer je er bent, merk je ook dat je West-Brabant goed kunt beleven. Onze ambities zijn om de beleving van West-Brabant nog beter maken en om iedereen die hier komt te vertellen en laten ervaren hoe fijn West-Brabant daadwerkelijk is. Uiteindelijk doel is om met elkaar het ‘product’ West-Brabant te versterken, zodat de vrijetijdseconomie de welvaart van de hele regio versterkt. In deze inspiratiegids staan de uitkomsten van onze zoektocht naar het unieke West-Brabantse karakter en hoe dit nog sterker tot uitdrukking te laten komen. Op basis van deze inzichten is een eerste actie-agenda opgesteld als boost voor onze regio.

West-Brabant is een verborgen parel met inwoners die de regio op waarde schatten. Zij houden van hun mooie regio; zij zijn kampioen in het genieten. De inspiratiegids helpt ons om onze trots meer naar buiten te brengen. De gids geeft antwoorden op vragen als ‘wie zijn wij als West-Brabanders?’, wat kenmerkt ons?, ‘wat is ons verhaal?’ en ook ‘welke acties zijn er nodig om ons verhaal te vertellen en onze sector te versterken?’. Zo weten wij als kopgroep hoe we de vrijetijdssector kunnen verslimmen, verbinden en verduurzamen. Maar de gids biedt handvatten voor ons allemaal. Zodat West-Brabant niet meer die verborgen parel is, maar een herkenbare en aantrekkelijke parel voor iedereen. Wij willen iedereen bedanken die zijn of haar steentje heeft bijgedragen aan het vormen van de identiteit van West-Brabant en die deze identiteit krachtig zal gaan uitdragen.

De kopgroep



Samen bouwen aan een sterk karakter

Deze gids is ontwikkeld met een brede groep stakeholders: ondernemers, gemeenten, de RWB, het NBTC en het bureau New Growth Strategies.

Met elkaar onderzochten en definieerden we het karakter van West-Brabant, als basis en kompas voor verdere ontwikkeling van de regionale vrijetijdssector als sterke pijler voor de regio.

Goed weten wie je bent en wat jouw regio vanuit jouw eigen karakter authentiek, relevant en onderscheidend maakt, is de sterkste basis die je kunt hebben. Een basis voor verbinding en voor gezamenlijke bestemmingsontwikkeling en vermarkting. Zodat de identiteit voor iedereen voelbaar en merkbaar wordt.

Opzet van de gids

Deze gids bestaat uit twee delen.

Het eerste deel beschrijft het karakter van West-Brabant met de daarbij behorende kernwaarden.

Het tweede deel bevat concrete voorbeelden en praktische handvatten om dit karakter goed te vertalen en te gebruiken. In marketing en communicatie, in aanbods- en gebiedsontwikkeling, in strategie en beleid.

Wij hopen dat iedereen hier inspiratie uit haalt en aan de slag gaat met het zichtbaar maken en versterken van dat wat West- Brabant zo mooi maakt.



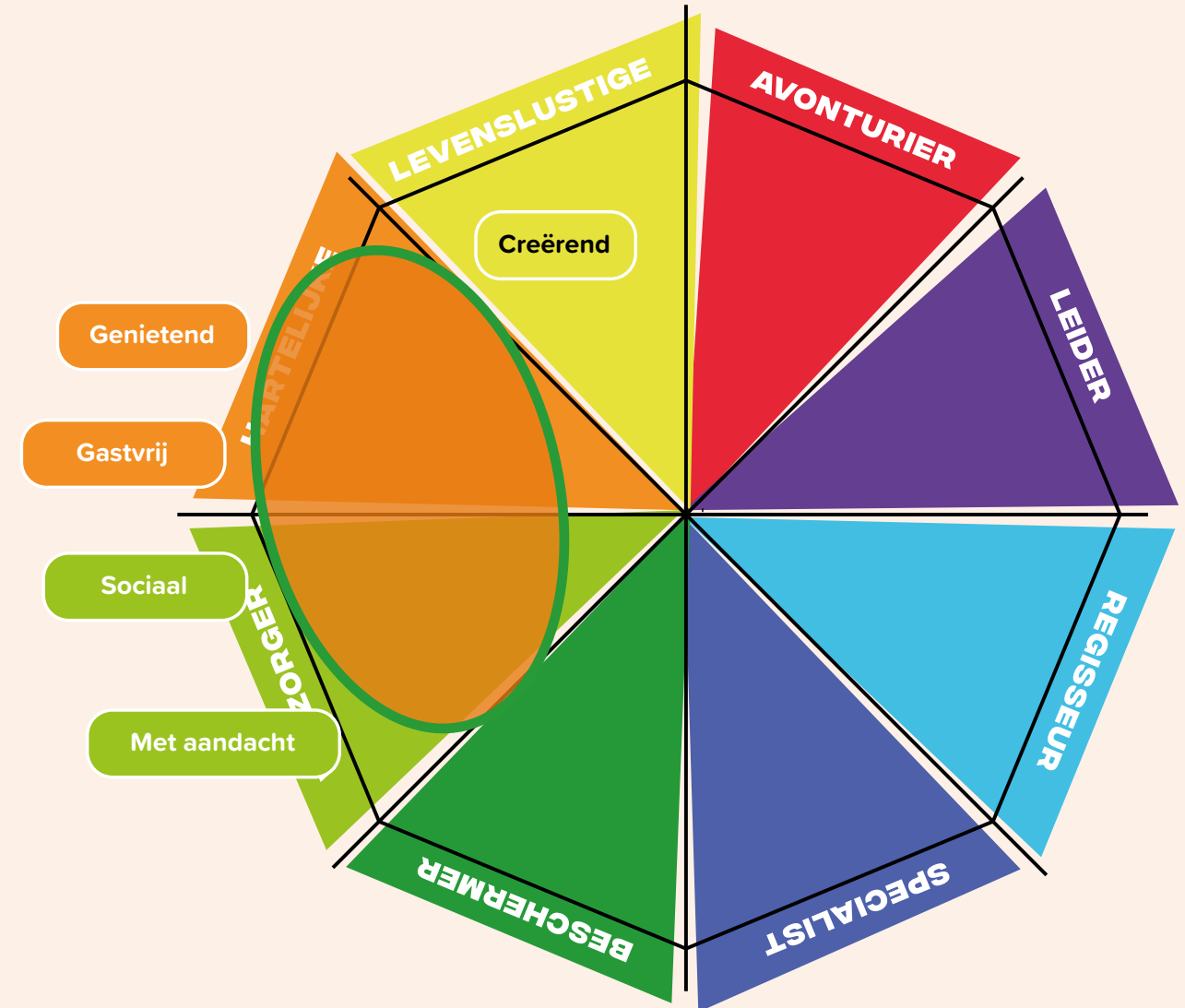
Het karakter van West-Brabant

Voor het duiden van het karakter van West-Brabant, is gebruik gemaakt van het BrandPositioner model. Karakters bovenin dit model zijn meer uitgesproken, karakters onderin meer ingetogen. Karakters aan de linkerkant zijn meer sociaal georiënteerd en rechts meer resultaat georiënteerd. Alle karakters zijn even waardevol en kunnen de basis vormen voor een sterke identiteit.

Het karakter van West-Brabant ligt dichtbij het algemene Brabantse karakter. De regio is in de kern hartelijk (het oranje karakter).

West-Brabant onderscheidt zich met haar groene rand. De regio is minder extravert dan het oosten van Brabant, maar daarmee niet minder trots. De sympathie, het samen zijn en de aandacht voor elkaar maken de regio onderscheidend en uniek.

West-Brabant is de 'oorspronkelijke hartelijke' die staat voor samen zijn en samen creëren.



Het West-Brabantse karakter is herkenbaar in ons allemaal

Het oorspronkelijke hartelijke karakter van West-Brabant geldt voor de hele regio. Elk dorp of deelgebied, elke stad of ondernemer heeft natuurlijk ook zijn eigen identiteit. Hierbij zullen steden wellicht wat meer de gele, levenslustige, kant opzoeken en dorpen wat meer de groene, rustigere, kant.

Het is belangrijk dat iedereen het West-Brabantse karakter laat zien en voelen, maar met behoud van iedereens eigenheid. Als een familie met verschillende leden maar wel herkenbaar als één familie.





In West-Brabant doen we het samen. Met elkaar genieten we van het bourgondische leven en daar nemen we de tijd voor. Dat onthaasten vinden we belangrijk, met aandacht voor de grote en de kleine dingen die het leven mooi maken en die we samen vieren. Het sociale leven voel je in alles terug. En samen is hier niet alleen voor de gezelligheid; door samen dingen te doen, creëren we ook verrassend meer.

We verwelkomen je in onze gemoedelijke dorpen en in de bruisende steden die nét zo gemoedelijk aanvoelen. Je kunt hier bij iedereen aankloppen en aanschuiven. De regio biedt veel ruimte, maar je zult je nergens alleen voelen. Hier helpen en kennen we elkaar.

*Samen genieten kent hier geen tijd.
Dat is het bourgondische van West-Brabant.*

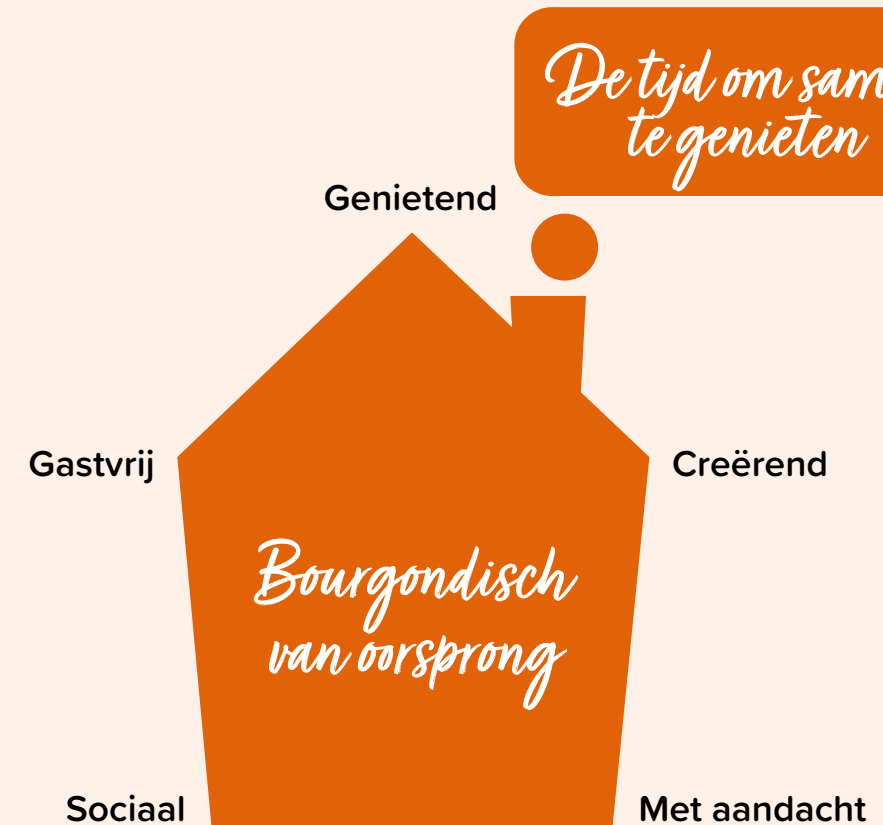
Het verhaal van West-Brabant

De identiteit van West-Brabant | ons positioneringshuis

De tijd om samen te genieten. Vanuit deze overtuiging leven we in West-Brabant. Het overkoepelende gevoel dat je krijgt als je in contact komt met de regio is 'bourgondisch van oorsprong'. Dit gaat verder dan alleen gezelligheid en gaat ook over aandacht voor grote en kleine zaken.

Dit maken we waar aan de hand van onze vijf kernwaarden.

Genietend is onze eigenwaarde, de waarde waar we om bekend willen staan. Daarnaast zijn we in onze kern **sociaal** en doen we dingen **met aandacht**. De regio is al **creërend** en **gastvrij** maar aan deze waarden moeten we soms nog extra aandacht besteden.





Onze waarden

Onze kernwaarden beschrijven
samen het typische karakter van
West-Brabant en haar inwoners



Genietend

Gezellig, ongedwongen, vieren

In West-Brabant ben je welkom. Welkom om samen het leven te vieren. We genieten van elkaars gezelschap en houden van gezelligheid. Ook hechten we veel waarde aan onze jaarlijkse feesten en evenementen, zoals het Bloemencorso en Carnaval. Hier zijn we trots op.





Sociaal

Inlevend, samenwerkend, voor en met elkaar

In deze regio doen we het samen. Je kunt hier bij iedereen aankloppen, want we helpen je graag. Door onze krachten te bundelen, bereiken we meer en zo zorgen we ervoor dat iedereen meedoet. Ook voor onze gasten willen we het hier als thuis laten voelen.





Met aandacht

Tijd nemen, betrokken, kwalitatief

We hebben veel aandacht voor elkaar, voor onze omgeving en alle dingen die zich daarin afspelen. En we nemen de tijd, want samen onthaasten is belangrijk. Maar ondanks de ruimte die de regio te bieden heeft, hoef je hier niet alleen te zijn. Hier kennen we elkaar.



Creërend

Ondernemend, vernieuwend, maken

We hebben zin in het leven. Daarom ondernemen we met elkaar en werken we hard. Mensen zijn hier altijd bezig. Dat zorgt er ook voor dat er altijd wat te beleven is. Samen doen en maken, in de bruisende steden maar ook in de ruime en mooie natuurgebieden.





Gastvrij

Open, hartelijk, uitnodigend

In West-Brabant zijn we sympathiek en gastvrij, de eigenschappen van een échte Brabander. Meer ingetogen dan de rest van Brabant, maar niet minder hartelijk. Ondanks onze nuchterheid, staan we open voor iedereen en delen we graag onze oude tradities én onze nieuwe verhalen.



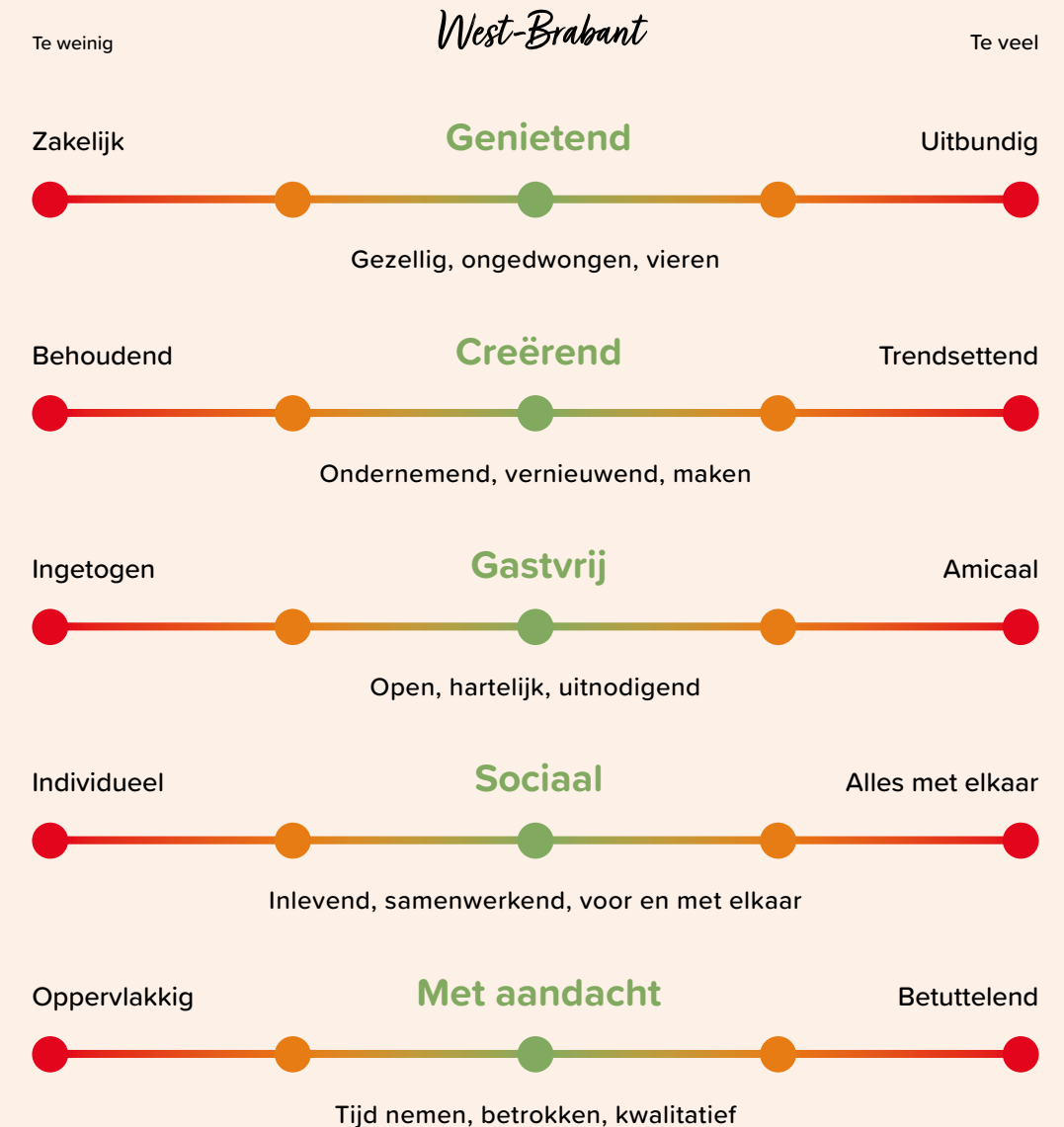
Het waardenkompas

Het waardenkompas toont de betekenis van elke waarde door de drie onderliggende woorden en door weer te geven wat te veel of juist te weinig van een waarde is. Dit scherpt de betekenis van het woord aan en helpt om ontwikkelingen in de juiste richting te sturen.

Voorbeeld: in West-Brabant doen we het met aandacht. Dat betekent dat we geen oppervlakkige dingen doen of deze indruk wekken, maar dat we mensen ook niet willen betuttelen.

Zo gebruik je het waardenkompas:

Stel vast wat je precies wilt beoordelen (bijvoorbeeld een activiteit, een project, een communicatie uiting) en geef voor elke waarde een score. Zo kun je snel zien of iets wel of niet past bij de identiteit van West-Brabant en het gevoel dat we daarbij willen oproepen. 1 staat voor 'te weinig' en een 5 staat voor 'te veel'. Het midden, de 3, is precies goed. Kijk hoe je scoort en wat er eventueel kan worden verbeterd.





Praktische handvatten en voorbeelden

Om bewoners en bezoekers altijd en overal het echte gevoel van West-Brabant mee te geven, is het belangrijk dat alle elementen kloppen met het karakter. Van de communicatie en promotie tot het aanbod en van de inrichting tot de activiteiten; alles speelt een rol in hoe West-Brabant wordt ervaren. In dit deel van de gids staan ter inspiratie enkele voorbeelden beschreven die passen bij het karakter. Daarnaast vind je praktische handvatten en tips om het karakter van West-Brabant te vertalen in de praktijk. Het waardenkompas speelt daarbij een belangrijke rol.

Uitwerking in communicatie

Veel mensen hebben bepaalde ideeën bij een regio maar geen specifieke verwachtingen. Communicatie kan een krachtig middel zijn in het creëren van verwachtingen. Die verwachting kan de perceptie en de beleving verhogen, mits deze goed wordt waargemaakt in alle aspecten.

Het is belangrijk om alle communicatie 'karaktervol' in te vullen. Bij het karakter van de 'oorspronkelijke hartelijke' gaat het bijvoorbeeld om beeld waarin mensen een hoofdrol spelen. Beeld waarin gezelligheid naar voren komt maar ook waarin te zien is dat in deze regio écht aandacht is voor belangrijke dingen zoals onderwijs, natuur, historie, innovatie enzovoorts. Voelbaar is de warmte, waar het samen zijn en samen creëren de basis is.



Passend beeldgebruik

voor het oorspronkelijke hartelijke karakter

- Samen zijn en dingen creëren is voelbaar; genieten én hard werken is beide belangrijk
- Foto's die getuigen van gastvrijheid en betrokkenheid
- Scenario's zijn toegankelijk en nodigen uit om er onderdeel van te worden
- Mensen zijn een belangrijk onderdeel van de foto
- Gezichtsexpressie en emotie zijn gemakkelijk te lezen of te raden
- Natuurbeelden zonder mens of dier zijn wel uit menselijk perspectief gezien
- Warme kleuren



Minder passend beeldgebruik

voor het oorspronkelijke hartelijke karakter

- Statische, nietszeggende beelden
- Oubollige beelden
- Beelden waarop personen niet toegankelijk zijn
- Sterk ingezoomd, zonder zichtbare context
- Perfect geposeerde individuen
- Enkel focus op activiteit of product in plaats van in combinatie met mens
- Harde, koude kleuren





Dit beeld past goed bij West-Brabant

Vrolijke mensen, samen op een terras in het centrum van Breda: dit beeld past perfect bij West-Brabant. De foto straalt het echte genieten uit, een intieme groep van mensen bij elkaar onder het genot van een hapje en een drankje. Geen massa maar kleinschalig en knus. Gezelligheid op zijn West-Brabants.



Dit beeld past minder goed bij West-Brabant

West-Brabant, dé place-to-be voor wielrenners en mountainbikers. Dat willen we ook in de etalage van de regio zetten. Deze foto straalt echter niet het karakter van de regio uit. Op de foto vind je een individu op een mountainbike en de kleuren zijn hard en koud. Fietsen is hier juist iets wat men samen doet of organiseert. Deze foto scoort veel aan de linkerkant en is voor West-Brabant niet hartelijk genoeg.



Dit beeld past minder goed bij West-Brabant

Twee vrolijke, levenslustige mensen aan het gamen in de Gamestate. Een leuke, actieve bezigheid, maar dit beeld past minder goed bij het karakter van West-Brabant. Deze foto is iets té hip en fun en de kleuren zijn fel. Deze foto zit wat meer aan de linkerkant van het kompas.



Concepten en aanbod

West-Brabant heeft veel te bieden aan haar inwoners en bezoekers. De regio is op veel manieren te ontdekken. Door zoveel mogelijk aanbod op elkaar aan te laten sluiten en in lijn te brengen met de positionering, kunnen we de beleving in de regio nog sterker maken.

Het is belangrijk om kritisch te kijken naar het aanbod. Hoe kunnen we het type aanbod maar ook de manier waarop we het aanbieden zo passend mogelijk maken? Hoe zorgen we dat het hartelijke karakter van West-Brabant hier optimaal in terug komt?

Op de volgende pagina's vind je een aantal voorbeelden van concepten en aanbod waarbij het West-Brabantse karakter goed wordt weergegeven.



Het Triple A menu

Een menu met de drie A's; ansjovis, aardbeien en asperges. Producten die hun oorsprong vinden in deze streek en nog steeds met veel aandacht worden gevangen of gekweekt. De West-Brabander is er trots op en bundelt de krachten om de ambacht en producten bekend(er) te maken, door het samen te voegen in één bijzonder menu.





De Koos Moerenhout Classics

Eén van de grote gezellige toerfietsevenementen in West-Brabant. Een trouwe groep deelnemers en een gegarandeerd gezellige en sportieve dag, die wordt afgesloten met een borrel en een hapje. Iedereen doet mee. Hier staat ongedwongen genieten centraal.





Het Bloemencorso in Zundert

Tijdens het Bloemencorso strijden Zundertse buurtschappen elk jaar om de mooiste wagen te bouwen. Door samen hard te werken, worden hier bijzondere wagens gecreëerd. Een hoogtepunt voor veel mensen in de regio, jong en oud. Iedereen is welkom om de imponerende wagens, waar veel aandacht aan is besteed, te komen bekijken. Het gaat hier om samen, voor en met elkaar, maken en creëren, elk jaar opnieuw.





De Uitvindfabriek

In de oude snoepfabriek in Breda vind je de Uitvindfabriek. De fabriek maakt onderdeel uit van het Wetenschap en Technologie netwerk in West-Brabant. In verschillende workshops kunnen kinderen en ouders hun eigen uitvindingen ontwerpen en bouwen of zelf filmpjes maken. Op deze innovatieve plek komt het creatieve en ontwikkelende West-Brabant naar voren.





Het Biesbosch MuseumEiland

In het hart van het prachtige Nationaal Park De Biesbosch vind je het Biesbosch MuseumEiland. Het museum binnen laat de historie van het gebied zien, maar buiten kun je écht beleven hoe de Biesbosch ervoor zorgt dat omringende gebieden niet zomaar kunnen overstromen. Ook kun je vanaf het eiland met een fluisterboot door het gebied heen varen. Dit is een plek waar mensen met elkaar genieten van de natuur, de ruimte en de rijke historie van het gebied.



Tot slot

Met elkaar maken we het verschil. Samen dragen we het karakter van West-Brabant uit en bouwen we hier verder aan. Zodat deze regio een plek wordt waar bewoners en bezoekers zich thuis voelen en waar bedrijven de locatie en de sfeer van de regio in hun voordeel kunnen gebruiken. Hier hebben we iedereen bij nodig. Het merkbaar maken van de West-Brabantse identiteit zit namelijk ook in de kleine dingen. Als iedereen de identiteit van West-Brabant voelt, beleeft en uitdraagt, zal het hartelijke karakter van de regio nog meer verankerd worden en van waarde zijn voor iedereen.

Colofon

Voorpagina
Parkterras, Oosterhout. *Foto van K. Staps.*

Bladzijde 4
Mozesbrug, Bergen op Zoom. *Foto van Visit Brabant.*

Bladzijde 5
Grote Markt, Breda. *Foto van Visit Brabant.*
Geertruidenberg. *Foto van VVV Geertruidenberg.*

Bladzijde 9
Beursplein, Bergen op Zoom.
Foto van VVV Brabantse Wal

Bladzijde 13
Grote markt, Bergen op Zoom.
Foto van VVV Brabantse Wal.

Bladzijde 14-15
Brabantnacht Biesbosch.
Foto van Biesbosch MuseumEiland.

Bladzijde 18
Woudrichem. *Foto van VVV Biesboschlinie.*

Bladzijde 20
Woudrichem. *Foto van VVV Biesboschlinie.*

Bladzijde 21
Bloemencorso Zundert. *Foto van E. Martens.*

Bladzijde 22
Woudrichem. *Foto van VVV Biesboschlinie.*

Bladzijde 23
Breda. *Foto van Marketing Breda.*

Bladzijde 24
Brabantse Wal. *Foto van VVV Brabantse Wal.*

Bladzijde 25
Wijngaard Chaam. *Foto van Marketing Breda.*

Bladzijde 26
Studenten bij BUAS. *Foto van BUAS.*

Bladzijde 27
Weervisserij, Bergen op Zoom.
Foto van Keukenatelier.

Bladzijde 28
Woudrichem. *Foto van VVV Biesboschlinie.*

Bladzijde 29
Aardbeien & asperges, Lepelstraat.
Foto van Visit Brabant.

Bladzijde 32-33
De Draai, Roosendaal. *Foto van VVV Roosendaal.*

Bladzijde 37
Valkenberg, Breda. *Foto van Marketing Breda.*

Bladzijde 39
Terras Breda. *Foto van Marketing Breda.*
Biesboschlinie. *Foto van VVV Biesboschlinie.*
Grote markt, Bergen op Zoom.
Foto van VVV Brabantse Wal.
Breda. *Foto van Marketing Breda.*
Woudrichem. *Foto van VVV Biesboschlinie.*
Woudrichem. *Foto van VVV Biesboschlinie.*
Willemstad. *Foto van Zuiderwaterlinie.*
Grote markt, Breda. *Foto van Breda City App.*

Bladzijde 41
Halderberge. *Foto van Visit Halderberge.*
Klundert. *Foto van Zuiderwaterlinie.*
Kaas ambacht. *Foto van Marketing Breda.*
Station Breda Centraal.
Foto van Welkom in Breda.
Woudrichem. *Foto van VVV Biesboschlinie.*
Smokkelroute. *Foto van Marketing Breda.*
Biesbosch MuseumEiland.
Foto van Biesbosch MuseumEiland.
Biesbosch MuseumEiland.
Foto van Biesbosch MuseumEiland.

Bladzijde 43
Terras Breda. *Foto van Marketing Breda.*

Bladzijde 44
Mountainbiken. *Foto van K. Mol.*
Toertocht. *Foto van Sjees (Ons Brabant Fietst).*

Bladzijde 45
Gamestate, Breda. *Foto van Welkom in Breda.*
Bowling, Bergen op Zoom.
Foto van Bergen op Zoom Bowling.

Bladzijde 49
Asperges. *Foto van Brabants Asperge Genootschap.*
Weervisserij, Bergen op Zoom.
Foto van Keukenatelier.

Bladzijde 51
Koos Moerenhout Classics, Steenbergen.
Foto van N. Koops.
Koos Moerenhout Classics, Steenbergen.
Foto van N. Koops.

Bladzijde 53
Buurtschap, Schijf. *Foto van Buurtschap Schijf.*
Bouw Bloemencorso. *Foto van E. Martens*

Bladzijde 55
Uitvindfabriek, Breda. *Foto van Uitvindfabriek.*
Uitvindfabriek, Breda. *Foto van Uitvindfabriek.*

Bladzijde 57
Biesbosch Beleving.
Foto van Biesbosch MuseumEiland.
Biesbosch Museum.
Foto van Biesbosch MuseumEiland.

Bladzijde 62
Benedensas De Heen. *Foto van VVV Brabantse Wal.*

Achterzijde
Steenbergsche Vliet, Steenbergen.
Foto van VVV Brabantse Wal.





*We verwelkomen je
in het bourgondische
West-Brabant!*