**<Overzichtspagina projecten>**

<Foto hert>



**Klankbord merk Veluwe**Voor Boisen Placemaking heb ik in opdracht van de provincie Gelderland meegedacht over de Veluwe als toeristische bestemming. We hebben een strategie opgesteld voor het merk Veluwe met aantrekkelijke karakters die vanuit erfgoed en landschap het beste passen bij deze mooie regio.

**<Projectpagina>**

<Foto Veluwe fietsers>

****

**Klankbord merk Veluwe**

De Veluwe is onder Nederlanders de bekendste toeristische regio van het land. Tegelijkertijd is het imago wat sleets en traditioneel. Martin Boisen ontwikkelde een strategie voor het merk Veluwe. Zijn inhoudelijke bevindingen liet hij in enkele werksessies fijn slijpen door experts in erfgoed en marketing. Ik maakte deel uit van deze expertgroep.

****

De strategie gaat uit van een kernbeleving van de Veluwe als regio van wild, stuifvlaktes, hoogteverschillen, hei en bos. Hieromheen zijn karakters opgesteld voor deelgebieden op de Veluwe, zoals De Industriële Veluwe, De Veluwezoom en De Koninklijke Veluwe. Deze geven de komende jaren richting aan de toeristische productontwikkeling en marketing van de Veluwe. De strategie is goed ontvangen bij ondernemers en betrokken instellingen op de Veluwe.

<Quote>  
‘Aantrekkelijke karakters geven richting aan productontwikkeling op gebiedsniveau’