



‘HET LANDSCHAP VAN FLEVOLAND IS UNIEK’

Tekst: Aimée Kniese

Visit Flevoland, de destiniemarketingorganisatie van de provincie Flevoland, doet dit jaar mee aan NBTC Holland Marketing's themajaar ‘Ode aan het Landschap.’ ‘We zijn aangehaakt omdat het landschap van Flevoland uniek is en onder de aandacht mag komen. Het themajaar van NBTC Holland Marketing heeft als doel het genereren van meer kennis, aandacht en waardering voor het Nederlandse landschap, en dat willen we ook graag voor Flevoland’ vertelt Alida Hilberdink, projectleider van Visit Flevoland.

‘Het is belangrijk om het verhaal achter het landschap van Flevoland te vertellen,’ vindt Alida. ‘Flevoland is een polder en we hebben land teruggewonnen uit de voormalige Zuiderzee. Daardoor hebben we een heel vruchtbaar landschap, dat is ingericht op voedselvoorziening. Het is het grootste inpolderingstraject ter wereld, dat is ontstaan achter de tekentafel. Daardoor hebben we strakke landbouwgronden, wegen en vaarten, maar ook landschapskunst, natuur en moderne steden. Het landschap in Flevoland is erg gemaakt, maar daardoor juist uniek en eigenzinnig.’

PROJECTEN

‘Een jaar lang zullen er kunstprojecten, tentoonstellingen en excursies zijn in alle gebieden van de partners van het themajaar, waaronder Flevoland. We hebben bij NBTC Marketing een top-drie van de belangrijkste activiteiten in het kader van Ode aan het Landschap van Flevoland aangeleverd. Deze bestaat uit het Nationaal Park Nieuw Land. Daar zijn allerlei activiteiten gedurende het jaar. Je kunt bijvoorbeeld vanaf 2 mei elke zondag mee op de boot naar de Markerwadden. Land Art Flevoland staat ook hoog genoteerd.’



Flevoland kent negen kunstwerken die in het landschap staan, die vaak in het landschap zijn gemaakt. Dat is uniek, want in heel Nederland zijn in totaal elf van dat soort kunstwerken, en wij hebben er daarvan negen. Verder hebben we het UNESCO Wereld Erfgoed Schokland in de top-drie gezet. Het verhaal hierachter is zelf al uniek; het eiland in de Zuiderzee dat helemaal opgenomen is in de polder. Ze organiseren daar Zomer op Schokland, bestaande uit een kunststroute en een festival met muziek, poëzie en theater’ gaat Alida door. ‘Daarnaast nemen we alle activiteiten die er in Flevoland rondom dit thema zijn mee in onze eigen campagnes.’

THEMAJAAR

Met het themajaar heeft Visit Flevoland een aantal concrete doelstellingen. Eén daarvan is het aantrekken van specifieke bezoekers voor het landschap. ‘We willen bezoekers aantrekken die misschien nog niet zo bekend zijn met het Flevolands landschap. We willen niet dat ze alleen maar het landschap komen bekijken, maar dat zij door de activiteiten ook het landschap kunnen beleven,’ vertelt Alida over de doelstelling. Een ander doel is het betrekken van bewoners bij hun landschap.



‘Bewoners zijn welkom bij alle activiteiten die ontwikkeld worden voor Ode aan het Landschap. Maar bewoners worden er ook bij betrokken. Ze kunnen bijvoorbeeld naar lezingen over het landschap.’



AANSLUITEN BIJ TOERISTISCHE VISIE

Conrad van Tiggelen, directeur Strategy & Branding bij NBTC zei over de themajaren: ‘Met de innovatie van onze themajaren willen we vanaf 2021 aansluiten bij de toeristische visie ‘Perspectief 2030’ dat zich richt op het gemeenschappelijk belang van toerisme voor bezoekers, bedrijven én bewoners.

We zetten het Nederlandse landschap centraal in al zijn facetten: de historische verhalen maar ook de invloed van de mens op de natuur, de schoonheid van het landschap maar ook de kwetsbaarheid ervan.’ ‘Ik wil iedereen uitdagen om dit jaar de schoonheid van het Flevolands landschap te ontdekken,’ besluit Alida.