



FLEVOLAND

GEBIEDSMERK FLEVOLAND BRANDGUIDE

VERSIE 2023

Waarom deze brandgide?

Deze brandgide omschrijft in detail de merkidentiteit van het Gebiedsmerk Flevoland. Het beschrijft het DNA van het merk, evenals de visuele uitstraling, het gebruik van het logo, kleurgebruik, en het gebruik van typografie.

Deze brandgide is gemaakt voor de gebiedspartners van In Flevoland met als doel een eenduidig en consequent gebruik van de Flevoland huisstijl.

Deze brandgide dient als leidraad voor het toepassen van Flevoland huisstijlelementen op door de gebiedspartners te maken communicatie uitingen.

Flevoland, duidelijk anders

Flevoland, gemaakt door en voor mensen.

Je moet maar durven, een hele provincie opbouwen uit het niets. Toch is Flevoland zo ontstaan: man made land, dik vier meter onder zeeniveau, beschermd door kilometers dijk. En Flevoland is nooit af. Dat komt door die twintigste-eeuwse grond onder de voeten. Dat doet iets met de mensen die hier wonen, werken en studeren. Nergens is meer ruimte voor nieuwe ideeën dan hier. Want Flevolanders weten: *the sky is the limit*.

Gewoon dóén

De drie polders van Flevoland vormen samen het allergrootste stuk *man made* land ter wereld. De Zuiderzee-eilanden Schokland en Urk zijn bij de inpoldering opgenomen in het nieuwe land. Hier ontstaan dingen die ergens anders ondenkbaar zijn. Om de wind te breken, bouwen we gewoon windmolens. En moet er een dijk versterkt worden, dan doen we dat op een heel nieuwe manier.

Bedacht land, wild land

Alles is aan de tekentafel ontstaan. De strakke landbouwgronden. De rechte wegen. De vaarten. En ook de natuur. De bedachte natuurgebieden

zijn wilde polder geworden. Bijvoorbeeld het grootste wetlandgebied in het Nationaal Park Nieuw Land of het grootste aaneengesloten loofbos van Nederland. In het weidse water dat Flevoland omringt maken we de Marker Wadden. Zo trekken we meer vissen en vogels naar het Markermeer. We zien dat daar de natuur nu al haar eigen gang gaat.

Groene idealen

Als de tulpen- en koolzaadvelden bloeien, kleurt Flevoland kakelbont. Ons *local food* gaat de hele wereld over. En tussen de velden realiseren mensen hun idealen. Bijvoorbeeld door het maken van eigenzinnige en soms zelfs eetbare landgoederen. Wat we willen, maken we zelf. Zo doen we dat in Flevoland.

Leef je droom

In Flevoland woon je in een villa of rijtjeshuis. Of niet natuurlijk. Want hier kan alles. Mensen bouwen zelfs hun eigen huizen; dat kan betaalbaar en er mag veel. Met elkaar je eigen wijk aanleggen? Wonen aan het water? Bouwen met vrienden? Ga je gang. Goede ideeën ontstaan hier vanzelf, daar zorgen het weidse luchtruim en de jonge grond onder je voeten wel voor. Want zeg nou zelf: als je meters onder zeeniveau kunt leven, dan kun je toch alles?

Groei in Flevoland

Ondernemer, werknemer, student – iedereen wil groeien. Top, want Flevoland biedt daar volop ruimte voor. Ruimte voor initiatieven, ruimte voor experimenten, voor idealen, voor carrières. Voor vestigingen, innovaties en stages. Er is plaats en daadkracht genoeg, en de onderlinge lijntjes zijn kort. Wees gerust ambitieus, want in Flevoland zijn de mogelijkheden onbegrensd.

100% nu

Niet één landschap in Nederland ademt zo de twintigste eeuw als Flevoland. De eigentijdse poldersteden zijn deels architectuurmusea, waar wereldberoemde architecten als Rem Koolhaas aan meebouwen. Experimentele designers laten hun werk hier zien. En nergens ter wereld kun je op één dag zoveel spectaculaire landschapskunst ontdekken. De havens en het vliegveld moderniseren, de Floriade is in aanbouw – de provincie vernieuwt aan een stuk door.

Flevoland, onvergelijkbaar land

Flevoland, op de bodem van de vroegere Zuiderzee, lijkt op niets dat al bestaat. Flevoland is duidelijk anders. Toch herken je dat meteen als je de provincie binnenrijdt. De heldere lijnen, die ruimte, dat moderne; dit kan alleen maar Flevoland zijn.



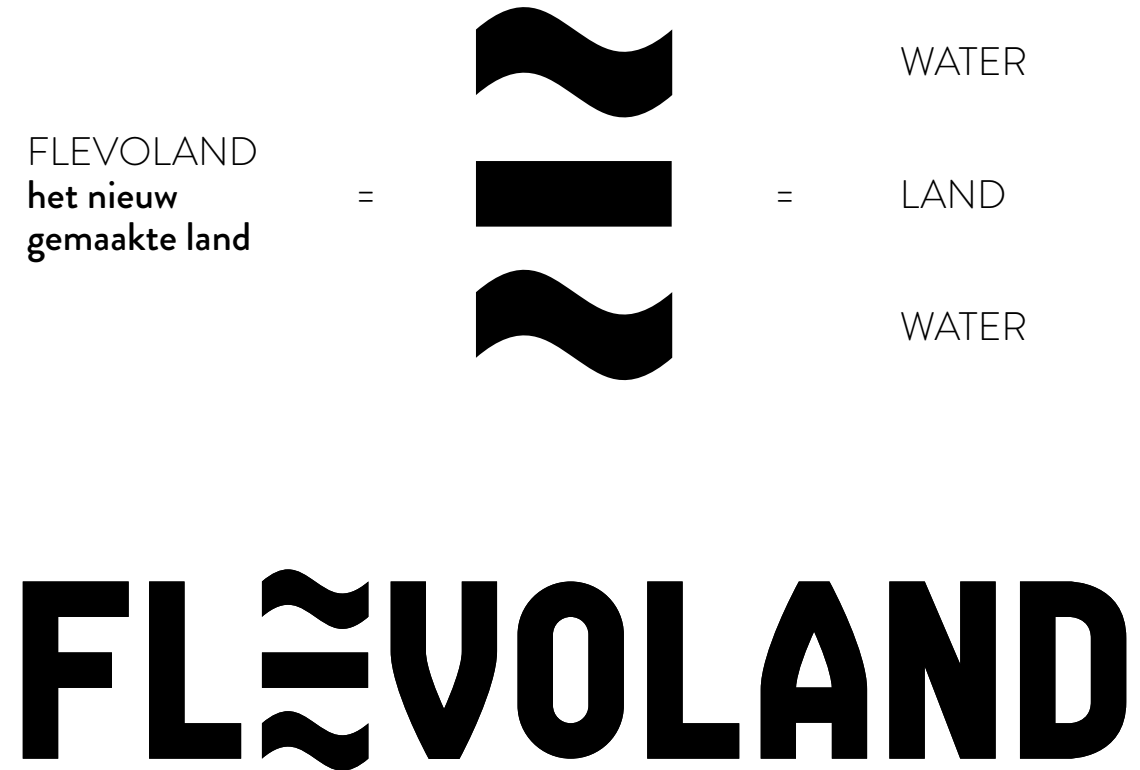
SI

Flevoland is het nieuw gemaakte land. Land, omringd door water.

Het logo refereert aan deze oorsprong van Flevoland, met een strak, herkenbaar beeldmerk dat van deze tijd is en nog lang mee kan gaan.

Het woordbeeld waarin het beeldmerk verwerkt is, is opgebouwd uit karaktervolle letters. Deze typografie straalt kracht uit en heeft een modern karakter zonder de leesbaarheid uit het oog te verliezen.

De letterkeuze is mede bepaald door zijn strakke verschijning wat ook weer refereert aan de strakke lijnen van het typische Flevolandse landschap.



Het Gebiedsmerk Flevoland kent verschillende varianten van het logo:

- Het beeldmerk met woordmerk gecombineerd (logo);

Omdat het merk nog geladen moet worden, dient **bij voorkeur** het beeldmerk gecombineerd te worden met het woordmerk.

- Het beeldmerk (element);

Deze kan decoratief toegepast worden, mits het woordmerk elders op dezelfde pagina/uiting gebruikt wordt. Het losse 'golfe' kan ook decoratief worden toegepast. Het is niet toegestaan een patroon te maken van het beeldmerk.

- Het beeldmerk (label);

Deze dient altijd aan de bovenzijde van de uiting 'gehangen' te worden.

- Het woordmerk;

Ter aanvulling is het soms mogelijk gebruik te maken van enkel het woordbeeld. Bijvoorbeeld als er geen mogelijkheid is de labels op een goede plek te 'hangen'. Of bijvoorbeeld met een foto op de achtergrond als sfeer plaat in een powerpoint. Of als scene in een filmpje. Een andere voorbeeld zou een groot bouwdoek kunnen zijn met daarop een beeld met het woordmerk eroverheen geplaatst.

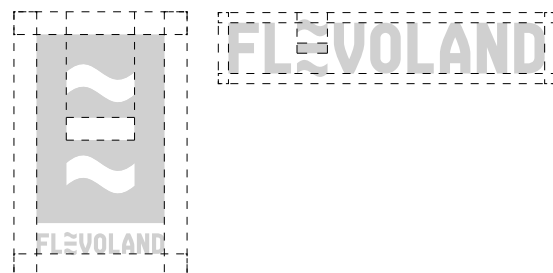
<p>Beeldmerk met woordmerk (logo)</p>	<p>Beeldmerk elementen</p>	<p>Beeldmerk label</p>
<p>Woordmerk</p>		

KLEUREN

- Het logo **Gebiedsmerk Flevoland** zal bij voorkeur in wit gebruikt worden. (zie afb. 1)
- Als het logo niet leesbaar is dan wordt de zwarte variant gebruikt. (zie afb. 2)

PLAATSING

De logo's dienen een minimale witruimte rondom het logo te hebben, welke wordt bepaald door het middelste streepje in het beeldmerk. Uiteraard is er geen ruimte tussen de bovenkant als het als label wordt gebruikt.



FORMAAT

Het minimale formaat voor plaatsing wordt bepaald aan de hand van de breedte van het beeldmerk.

breedte
minimaal
15 mm
of 70 pixels



afb.1



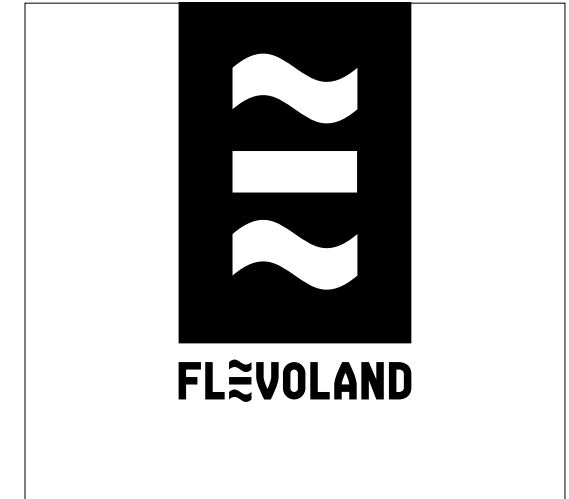
afb.2

GEBRUIK

Bij plaatsing dient het logo altijd goed leesbaar te blijven.

Hiernaast volgen enkele voorbeelden.

Partners staat vrij het logo te gebruiken in een kleur die binnen hun eigen communicatie uitingen past.



Voorbeeld gebruik logo door partner.



Voorbeelden gebruik logo.



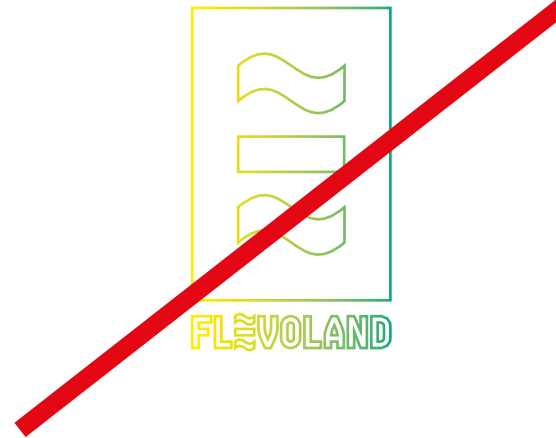
AANPASSINGEN

Er mogen geen aanpassingen of toevoegingen gedaan worden aan het logo.

Hiernaast volgen enkele voorbeelden.



Niet vervormen



Geen outline



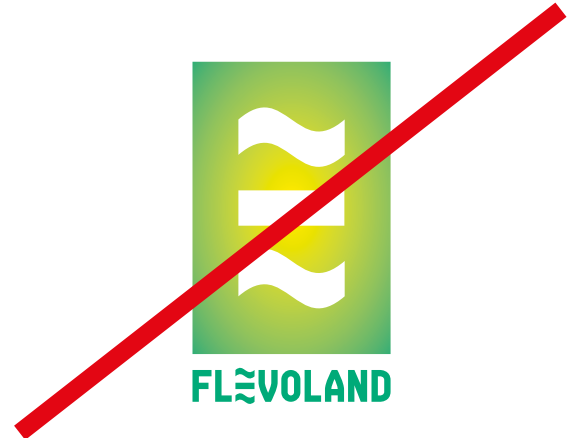
Geen slagschaduw



Geen lijn eromheen



Niks over het logo plaatsen



Geen aangepast verloop

Van alle logo's voor het Gebiedsmerk Flevoland zijn de volgende logo's beschikbaar:

EPS voor drukwerk:

- zwart;
- wit (diapositief).

PNG voor beeldscherm gebruik:

- zwart;
- wit (diapositief).



flevoland_logo_zwart.eps
flevoland_logo_zwart.png



flevoland_beeldmerk_zwart.eps
flevoland_beeldmerk_zwart.png



flevoland_beeldmerk2_zwart.eps
flevoland_beeldmerk2_zwart.png



flevoland_woordmerk_zwart.eps
flevoland_woordmerk_zwart.png



flevoland_logo_wit.eps
flevoland_logo_wit.png







flevoland_beeldmerk_wit.eps
flevoland_beeldmerk_wit.png







flevoland_beeldmerk2_wit.eps
flevoland_beeldmerk2_wit.png



flevoland_woordmerk_wit.eps
flevoland_woordmerk_wit.png

		
FL_LOGO_ZW.EPS FL_LOGO_ZW.PNG	FL_BEELDMERK_ELEMENT_ZW.EPS FL_BEELDMERK_ELEMENT_ZW.PNG	FL_BEELDMERK_ZW.EPS FL_BEELDMERK_ZW.PNG
		
FL_WOORDMERK_ZW.EPS FL_WOORDMERK_ZW.PNG		

		
FL_LOGO_DIAP.EPS FL_LOGO_DIAP.PNG	FL_BEELDMERK_ELEMENT_DIAP.EPS FL_BEELDMERK_ELEMENT_DIAP.PNG	FL_BEELDMERK_DIAP.EPS FL_BEELDMERK_DIAP.PNG
		
FL_WOORDMERK_DIAP.EPS FL_WOORDMERK_DIAP.PNG		

Het Gebiedsmerk Flevoland bevat een vaste mix aan lettertypes, die samen de herkenbaarheid van het merk vormen.

Niet alle lettertypes zijn even bruikbaar voor elk doel. Zo maakt het Gebiedsmerk gebruik van een stevige vette kop, welke niet te gebruiken is voor lopende teksten. Andersom zijn de lettertypes voor de lopende teksten goed te gebruiken voor lange stukken tekst, maar springen niet genoeg in het oog om voor grote koppen te gebruiken. Daarvoor is voor ieder doel een lettertype vastgelegd.

Sommige letterfamilies zijn groter dan getoond, maar we maken alleen gebruik van omschreven varianten.

De corpgrootte wordt bepaald aan de hand van het medium waarin het wordt toegepast.

In Adobe CC Typekit zijn alle vier de lettertypes beschikbaar voor zowel print als online gebruik.

HEADERS

Voor headings op bijvoorbeeld de omslag van een brochure/magazine of op een header in de website gebruiken we de *Milibus*.

KOPPEN, SUBKOPPEN, EXTRA INZETJES

Voor bijvoorbeeld koppen bij een website artikel, of subkoppen in een magazine gebruiken we de *Sofia Pro Soft*. Deze wordt ook gebruikt voor korte stukken tekst/inzetjes in bijv. brochures en magazines.

BROODTEKSTEN

Alleen voor langlopende teksten (broodteksten) gebruiken we de *Alda*.

INZETJES/QUOTES

Voor uitspraken of stukken tekst die dienen uitgelicht te worden, gebruiken we de *Raleway*.

HEADERS MILIBUS

MILIBUS LIGHT
MILIBUS BOLD

KOPPEN, SUBKOPPEN, EXTRA INZETJES SOFIA PRO SOFT

Sofia Pro Soft Light
Sofia Pro Soft Italic
Sofia Pro Soft Medium
Sofia Pro Soft Medium Italic
Sofia Pro Soft Bold
Sofia Pro Soft Bold Italic

BROODTEKSTEN ALDA

Alda Light Regular
Alda Light Italic
Alda Regular
Alda Regular Italic

INZETJES/QUOTES RALEWAY

Raleway ExtraBold Italic

Uiteraard moet er worden geprobeerd om zoveel mogelijk gebruik te maken van de lettertypes binnen het Gebiedsmerk Flevoland.

Echter zal het niet altijd mogelijk zijn om deze te gebruiken. Zoals bijvoorbeeld in een Office (Word, Powerpoint etc.) omgeving. Dan dient er te moeten worden gekozen voor het alternatief.

CALIBRI

Calibri Light

Calibri Regular

Calibri Italic

Calibri Bold

Calibri Bold Italic



FLÈVOLAND







FLEVOLAND

DOMEINEN



BEZOEK.

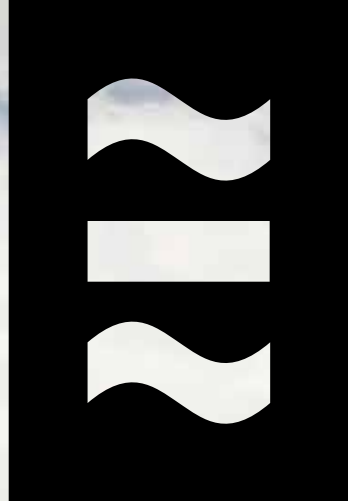
Dat is toerisme en vrije tijd. Kom je bij ons op bezoek, dan begin je bij Visit Flevoland! Voor inspiratie en tips linken we je door naar dit platform.

LEEF.

Dat is wonen en leven in Flevoland. Wat maakt Flevoland zo'n uniek leefgebied, dat ontdek je hier. Je eigen huis bouwen. Wonen aan de rand van een natuurpark op of aan het water? Het kan in Flevoland.

GROEI.

Dat is ondernemen, werken en leren. Over Flevolandse bedrijvigheid, innovatieve start- en scale-ups. Over werken bij een topbedrijf. En de vele studiemogelijkheden in de jongste provincie van Nederland.



FLEVOLAND



**DOMEIN
BEZOEK**

Logo en kleurgebruik

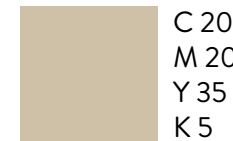
- Gebruik van basislogo is per definitie wit/diapositief. (afb. 1)
- Wanneer dit niet mogelijk is i.v.m. bijvoorbeeld leesbaarheid, dan zwarte variant gebruiken. (afb. 2)
- Bij gebruik van vlakken het blauw/taupe verloop toepassen. (afb. 3)



afb.1



afb.2



afb.3

- Logo duidelijk aanwezig.
- Witruimte/beeld/kleur zijn in evenwicht.
- Typografisch keuze:
 - Milibus: koppen (afwisselend met kleurverloop)
 - Sofia: subkoppen en uitgelichte teksten
 - Alda: broodteksten
 - Raleway: uitgelichte quotes

LOGO	
KLEUR	
WITRUIMTE	
BEELD	
MILIBUS	
Sofia	
<i>Alda</i>	
Raleway	





FLÆVOLAND



DOMEIN
LEEF



Logo en kleurgebruik

- Gebruik van basislogo is per definitie wit/diapositief. (afb. 1)
- Wanneer dit niet mogelijk is i.v.m. bijvoorbeeld leesbaarheid, dan zwarte variant gebruiken. (afb. 2)
- Bij gebruik van vlakken het oranje/magenta verloop toepassen. (afb. 3)



afb.1



afb.2



afb.3

- Logo duidelijk aanwezig.
- Veel witruimte ten opzichte van gebruik van beeld/kleur.
- Beelden van de horizon worden aan elkaar gekoppeld d.m.v. overlap.
- Typografisch keuze:
 - Milibus: koppen (met kleurverloop)
 - Sofia: broodteksten (grijs met kleuraccenten)
 - Raleway: qoutes (in een van de kleuren)

LOGO	
KLEUR	
WITRUIMTE	
BEELD	
MILIBUS	
Sofia	
<i>Alda</i>	
Raleway	



DOMEIN LEEF
Voorbeeldcase



ONTDEK HET VERHAAL
VAN FLEVOLAND BIJ:  **BATAVIA
LAND**



ONTDEK HET VERHAAL
VAN FLEVOLAND BIJ:  **Werelderfgoed
Schokland**



FLÈVOLAND

DOMEIN
GROEI



Logo en kleurgebruik

- Gebruik van basislogo is per definitie wit/diapositief. (afb. 1)
- Wanneer dit niet mogelijk is i.v.m. bijvoorbeeld leesbaarheid, dan zwarte variant gebruiken. (afb. 2)
- Bij gebruik van vlakken het groen/blauwe verloop toepassen. (afb. 3)



afb.1



afb.2



afb.3

IK ZORG.
ONTDEKDEZORGINFLEVOLAND.NL

VRIJHEID OM JE EIGEN KEUZES TE MAKEN
VHM Machinery
DUIDELIJK ANDERS
inflevoland.nl

Ondernemers vinden in Flevoland de ruimte om hun ambities waar te maken. Ze hebben een hands-on-mentaliteit, aanpakken zit de Flevolandse nu eenmaal in het bloed. Lef om zaken anders dan anderen te doen. Durven te experimenteren, eigenzinnig en innovatief te zijn.

Voorsprong door innovatie. Dat kenmerkt VHM Machinery, opgericht door Rik van Hees. Op de boerderij van zijn ouderlijk huis in Ens. Een van de groendorpen in de Noordoostpolder (Flevoland). Tijdens het eerste jaar van zijn studie werktuigbouwkunde richtte hij zijn bedrijf op. In de pauze maakte Rik offerles en belde hij klanten, 's avonds maakte hij kleine constructies in de werkplaats van zijn vader.

VHM Machinery bouwt modulaire machines voor kisten- en bigbaglogistiek. Alle handelingen die een kist tegenkomt in een logistiek proces, worden door de machines van VHM geautomatiseerd. Vullen, legen, kantelen, draaien, tillen, stapelen en transporteren. Een meer continue proces met hogere capaciteit en minder heftruckbewegingen.

Liefde voor techniek

Het pand beslaat 4.500 vierkante meter op een kavel van 17.000 vierkante meter. Ruimte genoeg dus. Dat zie je, dat voel je in Flevoland. Vanaf de werkplaats heb je vrij uitzicht op het landschap, de strakblauwe lucht en de graslanden.

Groei is niet het doel

Rik gelooft niet zo in grote strategieën. 'Ik ben niet bezig met hoeveel medewerkers ik over 5 jaar wil hebben of hoeveel omzetgroei ik wil halen. Wat ik wél weet is dat we elke kans die voorbijkomt (en ons een beetje aanstaat) aangrijpen. Dat iedereen er zin in heeft om

die klus klaar te krijgen, en er niet overwerkt van raakt. Zolang dat goed gaat, blijven we vol gas geven. Omzetgroei is daar dan het resultaat van.'



'Wat kan er wél? We denken in Flevoland in mogelijkheden.'

Hij is gerust een jonge, ambitieuze ondernemer te noemen. Die het net even anders doet. Wie bij VHM Machinery een kop koffie haalt, loopt tussen de machines door waaraan wordt gewerkt. De volautomatische moderne espressomachine maakte plaats voor een ouderwets filterkoffiezetapparaat. 'We zetten hier voor elkaar een kop koffie. Dat kost even tijd, maar je hoort het gepruttel van het filter en ruikt de heerlijk geur.'

Kracht van het individu

'Ik ben ervan overtuigd dat mensen met plezier naar hun werk gaan als je in ze investeert en als ze zich gewaardeerd voelen. Als je hier werkt, kun je oneindig door blijven leren, groeien en krijg je de vrijheid om je eigen keuzes te maken.'

'Op de boerderij waar ik opgroeide had ik de ruimte en kreeg ik ook de vrijheid van mijn ouders om zelf te ontdekken.' Dat gunt hij zijn medewerkers ook. 'Ik geloof in de kracht van het individu.' De mooiste machines van de wereld bouwen. Dat doe je samen. Zoeken naar mogelijkheden. 'Wat kan er wél? Dat is ook kenmerkend voor Flevoland. We stonden 75 jaar geleden met zijn allen tot onze knieën

in de klei en we zijn altijd een stap naar voren blijven zetten. Je voelt deze mentaliteit nog steeds.'

De groei van zijn bedrijf is daar een mooi voorbeeld van. Dankzij steun van de gemeente Noordoostpolder kon hij al na vijf jaar een pand van 1.100 vierkante meter, met 5.000 vierkante meter grond, betrekken op het industrieterrein. Nog eens 10.000 vierkante meter grond erbij was ook geen probleem. 'De gemeente hielp onze buurman aan een andere plek. Dit geeft mij als ondernemer heel veel vrijheid.'

Meer lezen over ondernemen in Flevoland? Kijk dan eens op inflevoland.nl/groei



VHM Machinery in cijfers

2005	Rik begint tijdens studie als zzp'er
2014	officiële start VHM Machinery op boerderij ouders
2020	naar nieuw pand op industrieterrein
2021	uitbreiding met 3.400m ² machinebouwers
30	machines per jaar
200	landen actief
15	

Weforsea Shipping combineert puur ambacht met technologie
DUIDELIJK ANDERS
inflevoland.nl

Ondernemers vinden in Flevoland de ruimte om hun ambities waar te maken. Ze hebben een hands-on-mentaliteit, aanpakken zit de Flevolandse nu eenmaal in het bloed. Lef om zaken anders dan anderen te doen. Durven te experimenteren, eigenzinnig en innovatief te zijn.

Urk en vis: ze horen bij elkaar. Al eeuwenlang. 'De Urkers zijn een heel ondernemend volk. Kijk alleen maar eens naar het aantal inschrijvingen bij de Kamer van Koophandel! Aan het woord is Louwe Post. Een rasechte Urker. Net als zijn (groot)vader koos hij in eerste instantie voor de zee, maar inmiddels runt hij alweer heel wat jaren drie bedrijven 'aan de wal'.



'De toekomst voor de visserij? Data zichtbaar maken met sensoren.'

Aan boord van de viskotter haalde hij zijn papieren om een administratiekantoor te beginnen: Post Consultancy. Later kwamen daar Weforsea Crowdfunding en Weforsea Shipping bij. 'Weet je wat het mooie is aan Flevoland? Je krijgt hier alle ruimte om te ondernemen. Letterlijk, maar er is ook veel kennis en expertise. Zo ben ik heel goed geholpen door Horizon Flevoland toen ik zowel binnen als buiten de landsgrenzen ging ondernemen. Niet alleen financieel, ook door het inzetten van hun netwerk en het delen van kennis. Het zijn echte verbinders.'

De blik vooruit. Dat is kenmerkend voor Post. Zo werkt hij samen met drie andere onderne-

mers, onderzoeksinstituut MARIN Wageningen en Horizon Flevoland aan een duurzaam alternatief voor de visserij. Een modern schip vol met slimme technologie. Goed voor het milieu en de concurrentiepositie. 'Door onze krachten te bundelen en door voorspellende software in te zetten, geven we de visserij en de maritieme sector een duurzame toekomst.'

Internationale hotspot

De ondernemer is lid van Urk Maritime. Dit samenwerkingsverband is inmiddels uitgegroeid tot een cluster van (maritieme) bedrijven in de scheepsbouw, maritieme service- en dienstverlening en onderwijs- en kennisinstellingen. Een nieuwe haven, een nieuw bedrijventerrein en een maritieme campus: Urk is hard op weg om dé internationale hotspot voor de scheepvaart te worden. Zodra de nieuwe maritieme servicehaven klaar is, verhuist Post met zijn bedrijven naar een kavel van 3.000 meter. 'Dit is dé plek voor ons!'

Weforsea Shipping ontwikkelde een tool voor de scheepvaart. Sensoren aan boord van schepen en in de netten die overboord gaan, meten de temperatuur van het water, het zoutgehalte, de stroming en de plek waar de vis zit. Verder komen alle vangstgegevens binnen, net als de technische gegevens van de motoren. Deze gegevens komen - via een satellietverbinding - realtime binnen en worden met een dashboard uitgelezen op het kantoor.

'We nemen tegenwoordig steeds meer beslissingen op basis van data. Visseris ook. Vergelijk het maar met de app Buienradar', legt de Urker ondernemer uit. 'Je checkt de app, maar je beslist uiteindelijk zelf of je gaat fietsen als het regent. Zo is het ook met de tool die wij ontwikkelden.'

Ambacht en software

Met voorspellende software probeert Weforsea Shipping verbanden te vinden, en vooral: te delen. De kennis van vissermensen wordt van generatie op generatie doorgegeven. Mannen die iedere maandag uitvaren voor een week op zee en op vrijdagmiddag met volle netten de haven binnenvaren. Urk, een hechte gemeenschap die al eeuwenlang de ene na de andere storm doorstaat.

In het door mensenhanden gemaakte Flevoland staat Urk symbool voor vis, maar 12 kilometer verderop is de Noordoostpolder wereldspeler voor aardappels. 'We kunnen veel van elkaar leren. Maar ook: Flevoland beter op de kaart zetten. Daar zijn we nu nog veel te bescheiden in.'

Meer lezen over ondernemen in Flevoland? Kijk dan eens op inflevoland.nl/groei



Weforsea Shipping in cijfers

2018	oprichting medewerkers.
3	(waarvan 2 full stack developers)
2	jaar duurde de testfase op 3 schepen.
2027	het grootste deel van de vloot aangesloten (groeiambitie).



FLEVOLAND



**LOGO GEBRUIK
GEBIEDSPARTNERS**

KLEUREN

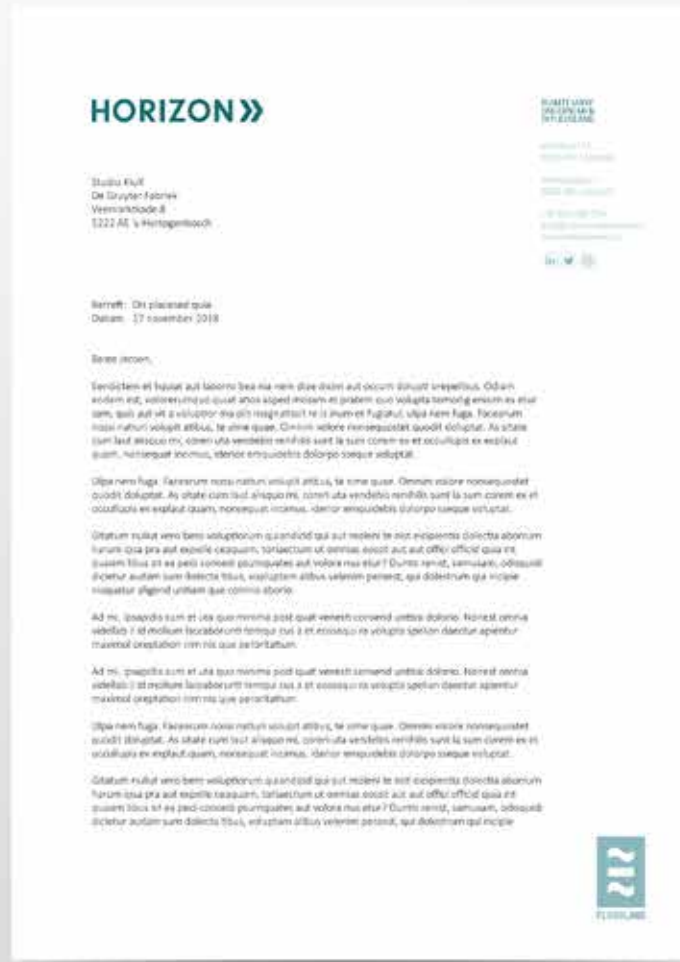
In principe gelden dezelfde regels voor het kleurgebruik, echter mogen gebiedspartners de kleur van het logo laten aansluiten op de eigen huisstijl. De uitvoering dient echter wel in één kleur te zijn.

Als het logo onvoldoende los komt van de achtergrond dan wordt geacht het witte of zwarte logo te gebruiken.



Voorbeeld door gebiedspartners gemaakt









FLEVOLAND

Deze brandguide is aan
verandering onderhevig.
Neem voor de laatste versie
contact op met:

Branding Flevoland
0320 286 755
info@inflevoland.nl

Het Gebiedsmerk Flevoland
is totstand gekomen in
samenwerking met:

Studio Kluiif
studiokluiif.nl

FLEEVOLAND

