



Een diepere duik in het Gents karakter

Voor communicatie- en marketingspecialisten

In dit document vind je nog extra informatie rond het Gentse merk, die kan helpen voor creatieve ontwerpen, communicatiestrategie, tactische briefings, tone-of-voice, beeldtaal, enzovoort.

Je vindt er:

- **De Gentse identiteit,**
waarop het Gents karakter gebaseerd is
- **De merktypering,**
of de persoonlijkheid van het merk Gent
- **De brand story,**
waarin Gent zelf zijn verhaal vertelt

Vragen?

merkmanagement@stad.gent

www.stad.gent/gentskarakter

De Gentse identiteit

waarop het Gents
karakter gebaseerd is

Wat we nu doen, heeft zijn wortels in het verleden. Daarom kijken we niet alleen naar hoe Gent er vandaag uitziet, maar ook hoe onze stad zich door de eeuwen heen heeft ontwikkeld. Wat daaruit blijkt, geldt nu eigenlijk nog altijd.

**Gentenaars doen hun ding, zijn eigenzinnig,
ongedwongen maar coöperatief.**

Vaak vooruitlopend op de fanfare om een eigen balans te vinden in een constant veranderende wereld. Speelbal tussen grootmachten. Gent heeft zich vaak moeten heruitvinden om zich aan de - op dat moment winnende - gevestigde orde aan te passen, zonder haar eigenheid te verliezen.

Het is vanuit de historie dat we Gent vandaag als volgt typeren:

We doen ons ding

We zijn rebelse “doeners”; experimenterend; heruitvindend; antiautoritair; contrair; dwars; averechts; plantrekkers; goestedoeners.

“ ”

Gent is contrair; en ik hoop dat dat niet direct zal verdwijnen.

Gent durft al eens boven zijn niveau in de kopgroep spelen omdat we zoeken en proberen, je mag ook al eens op je bek gaan en fouten maken.

(deelnemers focusgroep)

Eigenzinnig

We doen het met een hoek af; humor; zelfspot; rauw; ruw; beetje vuil; kritisch; koppig; out-of-the-box willen; durven en doen denken en doen; creatief.

“ ”

**Humor en zelfspot – daar staan de mensen voor open.
‘t Is niet omdat we zeggen ‘doe maar gewoon’ dat we onszelf gewoon vinden.**

(deelnemers focusgroep)

Ongedwongen

Los; bottom-up; vrijheid om jezelf te zijn; vrijheid van denken; vrij; open.



**Gent is een stad waar ik mijn kinderen wil laten opgroeien dankzij de vrijheid hier.
De kansen om je te ontwikkelen.**

**Gentenaars zijn nogal los: chillax - relaxed. We zijn niet gesteld op hiërarchie en
welke kleren je aantrekt maakt ons niet uit.**

(deelnemers focusgroep)

Samen-vloeiend

In Gent doen we dingen samen, bouwen we bruggen. Coöperatief; zorgend voor elkaar; verbindend; elkaar makkelijk ontmoeten. Naar de samenvloeiing van de Leie en de Schelde.

“ ”

Gent is een stad van de straat, een open stad. Ik ken zo goed als al mijn burens.

Ook al ben je niet akkoord: morgen zien we elkaar en doen we verder.

**Wat Gent onderscheidt? Aandacht voor zorg,
vanuit die open visie, de verbindende component.**

(deelnemers focusgroep)

De merktypering

de persoonlijkheid van het merk Gent

Gent is een **challenger brand**. Niet de marktleider, maar ook zeker geen niche. Challenger brands herken je door een mentaliteit waarin bestaande conventies het liefst worden uitgedaagd om betekenisvolle veranderingen in gang te zetten. De challenger is niet altijd de frontrunner en zeker geen meeloper: de challenger vaart een eigen koers – ook wanneer dat tegen de stroom in is.

De Gentse persoonlijkheid komt nauw overeen met de Jungiaanse archetypering **the outlaw**. Dat archetype staat voor vrijheid, is nergens bang voor. Het wil het gewone ter discussie stellen en betekenisvolle weerstand bieden tegen de gevestigde orde. Het is een rebel, een adolescent, een normverlegger die de weg vrijmaakt voor anderen en altijd opkomt voor de dwarsdenkers en zwakkeren in de samenleving.

De brand story

waarin Gent zelf zijn
verhaal vertelt

Je bent maar zo oud als je je voelt, zeggen ze. Ik kan het weten, want ik leef al meer dan 1.000 jaar. En toch voel ik me als nieuw. Herboren!

Zal ik je verklappen hoe dat komt? Altijd broeit en gist het hier vanbinnen. Altijd zoekt mijn onrust een uitweg naar een nieuwe gedaante. Da's mijn karakter.

Het begon toen ik een kind was van vrije schippers. Nieuwsgierig spiegelde ik me in het water van Schelde en Leie en keek toe hoe zeilschepen geruisloos langs mijn kaaien gleden. Wat ze aanraakten veranderde in goud. Ik trok mijn oevers strak en een paar eeuwen later was ik al de grootste metropool van de Lage Landen. Ik kroonde mezelf met drie torens en een draak erbovenop.

In mijn eeuwenoude bestaan ben ik wijs geworden, vree wijs. Eigenwijs en dwars, ja dat ook.

Mijn rebelse karakter was mijn redding. Zeker in de jaren dat het minder ging. Een zekere Artevelde wees naar Engeland en hop, nieuwe industrieën schoten op. Toen mijn arbeiders onderdrukt werden, kwamen ze tuupe tegoare in opstand tegen de sociale wantoestanden. En toen ik het benauwd kreeg door teveel auto's en beton riepen mijn inwoners 'Maak onze stad weer aantrekkelijk.' Ik had zuurstof nodig, nieuwe longen!

Zo verwisselde ik nog eens van gedaante. Fabrieken werden wooncomplexen,

bedrijfsruimtes en theaters. Parkings werden pleinen. Groen en water overal. Mijn bewoners eisen straten, gebouwen en pleinen op en doen er hun ding mee. Nieuw Gent, nieuw skatepark, Nieuwe Dokken: het bougeert, 't zal wel zijn!

Vandaag voel ik me weer mooi. Mijn aantrekkingskracht is groot. Dagelijks stromen mensen mij binnen met duizenden om te werken, te studeren, zich te laten soigneren of zich te amuseren.

Feesten kan ik als de beesten. Mijn straten en pleinen trekken jonge wolven aan. Ze blijven haken aan mijn scherpe randjes. In mijn huizen vestigen zich nieuwe bedrijven en kunstenaars uit de hele wereld.

Ik leg mijn wateraders bloot en blijf een laad- en losplaats van ideeën. Duizend stemmen klinken in mijn hoofd. Zo verleg ik grenzen. Ook nu, kijk maar rond. Ik blijf hunkeren naar verandering en maak me klaar voor een nieuwe tijd. Een tijd van grote uitdagingen.

**Wat er ook komt:
*nie pleuje, zeg ik.***

Doede mee?

merkmanagement@stad.gent
www.stad.gent/gentskarakter

The logo for the city of Gent, featuring the word "gent:" in white lowercase letters on a blue rounded square background.