

Het college van burgemeester en wethouders
van de gemeente Utrecht
Postbus 16200
3500 CE Utrecht

Utrecht, 21 september 2016

Geacht college,

Utrecht maken we samen

In januari 2016 is de Taskforce Utrecht Marketing gestart met het opstellen van een ambitiedocument om te komen tot een krachtige stedelijke marketingorganisatie (Utrecht Marketing), naar aanleiding van uw Call to Action. De Taskforce kent een brede vertegenwoordiging vanuit toerisme, cultuur, bedrijfsleven en kennisinstellingen: de leden van de Taskforce komen vanuit het Utrecht Science Park, Toerisme Utrecht, Stichting Cultuurpromotie Utrecht, Klépierre / Hoog Catherijne, Stichting Utrechtse Musea, Theater Utrecht en Rabobank Utrecht. De Taskforce heeft de afgelopen maanden intensief contact gehad met andere partijen en samenwerkingsverbanden in de stad op het gebied van (stadsbrede) marketing, waaronder het Marketing Netwerk Utrecht.

Het resultaat

Onze inspanningen hebben geleid tot het ambitiedocument: "Utrecht Marketing: Het verhaal van Utrecht". Met trots presenteren wij u dit ambitiedocument.

Het vervolg

Het ambitiedocument zal onder verantwoordelijkheid van de nieuwe directeur verder worden uitgewerkt in een uitvoeringsprogramma voor 2017 en verder. Daarnaast hebben we in goed overleg met medewerkers van de gemeente Utrecht en stakeholders uit de stad afgesproken, dat de doelstellingen en kpi's in 2017 doorontwikkeld kunnen worden. Daarmee kan Utrecht Marketing concreet, urgent en met focus aan de slag: om de concurrentiekracht van de stad verder te versterken. En er bovendien samen met anderen voor te zorgen, dat Utrecht een uitmuntende plek is voor zowel de bewoners als de bezoekers aan de stad, voor de bedrijven die hier gevestigd zijn of zich hier willen vestigen en voor het talent dat voor Utrecht kiest als werkomgeving.

Daarnaast willen we, samen met de gemeente Utrecht, verder vormgeven aan het zogenaamde Partner Board van Utrecht Marketing, om zoveel mogelijk private partijen te betrekken bij de stad en bij Utrecht Marketing als platform van de stad.

Tenslotte zal in het laatste deel van 2016 gewerkt worden aan het samenvoegen van de organisaties Toerisme Utrecht en Cultuurpromotie Utrecht. Samen met de uitbestede taken op het gebied van citymarketing (vanuit de gemeente) en met het ambitiedocument van Utrecht Marketing als leidraad kan daarmee per 1 januari 2017 gestart worden met de nieuwe organisatie.

Toelichting op het ambitiedocument Utrecht Marketing

We vertrouwen erop dat we met het ambitiedocument een adequaat en ambitieus antwoord gegeven hebben op de vraag uit de Call to Action. De Taskforce Marketing Utrecht is graag bereid het ambitiedocument verder toe te lichten. Hiertoe willen we de gemeenteraad van de stad Utrecht op 6 oktober 2017 uitnodigen om een toelichting te geven op het ambitiedocument. Voor die bijeenkomst

willen we ook andere stakeholders (toerisme, cultuur, bedrijfsleven, kennisinstellingen, sport) en de gemeente Utrecht uitnodigen.

Mocht u naar aanleiding van het ambitiedocument nog vragen hebben, dan kunt u uiteraard contact met ons opnemen via de kwartiermaker Utrecht Marketing, de heer Martijn van Hulsteijn.

Met vriendelijke groet,

Floris de Gelder (directeur Utrecht Science Park)

Monique Mourits (voorzitter Stichting Utrechts Museumkwartier)

Menno Overtoom (Klépierre, directeur Hoog Catharijne / Klépierre)

Broos Schnetz (voorzitter bestuur Stichting Cultuurpromotie Utrecht)

Richard Kraan (voorzitter Raad van Toezicht Stichting Toerisme Utrecht)

Jacques van Veen (directeur Theater Utrecht)

Anka Konings (manager communicatie Rabobank Utrecht)