



Merk Utrecht onderstreept kracht van het samenwerken

“Utrecht blinkt uit in verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren”

Utrecht is een regio waar in samenwerking met elkaar gecreëerd en geïnnoveerd wordt. Dit inspireert verschillende kennisevenementen om voor Utrecht als bestemming te kiezen. Om de identiteit van de stad en de regio nog duidelijker te kunnen positioneren, is het merk Utrecht gedefinieerd. Utrecht heeft zelfs haar eigen merkpaspoort, waardoor verschillende dromen, ideeën, samenwerkingen en projecten worden verbonden aan één doel: samen het merk Utrecht versterken.

Fotografie Juri Hiensch, Wouter Jansen en Renzo Gerritsen

Het Utrecht Convention Bureau (onderdeel van Utrecht Marketing) zet in op congressen en evenementen die in overeenstemming zijn met het merk. Het merk vormt daarmee niet alleen een houvast, maar ook een strategisch kader.

“Tot 2015 positioneerde Utrecht zich als stad van kennis en cultuur. Maar in Utrecht vinden veel meer ontwikkelingen plaats”, legt brandmanager Max Trienekens van Utrecht Marketing uit. “Om een completer beeld van de Utrechtse identiteit te kunnen geven, hebben we samen met organisaties, bedrijven en instellingen, waaronder de gemeente, Economic Board Utrecht en de Rabobank onderzocht wat het DNA van de stad en de regio is, en wat onze ambities zijn. We concludeerden dat Utrecht uitblinkt in verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren. De stad en de regio inspireren door mensen, ideeën, projecten en ambities samen te brengen. Deze verbindingen zijn sectoroverschrijdend; publieke en private partijen slaan de handen ineen op het gebied van kennisontwikkeling, economie, sport en cultuur en zorgen voor innovatieve, vernieuwende samenwerkingen”

gen. Het feit dat Utrecht een regio met een menselijke maat is, maar met grootstedelijke voorzieningen, maakt dit mogelijk.”

KENNIS

De diverse kennisinstellingen en bedrijven die gevestigd zijn op het Utrecht Science Park dragen bij aan de missie van Utrecht: samen gepassioneerd vooruitgang brengen. Persvoorlichter Merel van der Ham: “Mede dankzij het Utrecht Science Park, een broedplaats voor innovatie, is Utrecht uitgeroepen tot één van de meest competitieve regio’s van Europa. Er wordt op dit

“Mede dankzij het Utrecht Science Park, een broedplaats voor innovatie, is Utrecht uitgeroepen tot één van de meest competitieve regio’s van Europa.”

moment hard gewerkt aan het ontwikkelen van een netwerk waarin onderwijsinstellingen, bedrijven, instanties, de provincie en de gemeente elkaar nog makkelijker kunnen vinden. Dat zorgt voor een sterke innovatiedynamiek en maakt Utrecht een proeftuin voor stedelijke ontwikkelingen.”



“Een mooi voorbeeld op het gebied van gezondheidszorg is het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie”, voegt Trienekens toe. “Meestal zijn een ziekenhuis en laboratorium twee fysiek gescheiden instanties. Het Prinses Máxima Centrum is het eerste centrum in Europa dat expertise in de zorg en research bundelt op één locatie. Daarom werken straks kinderoncologische specialisten uit heel Nederland in het Prinses Máxima Centrum samen met toponderzoekers van over de hele wereld. Dit initiatief is echt Utrechts; kennis en zorginstelling slaan de

Utrecht Convention Bureau

Organisatoren die een kennisevent in en om Utrecht willen organiseren, kunnen rekenen op de assistentie van Utrecht Convention Bureau, dat kosteloos, onafhankelijk en deskundig advies biedt over de congres- en informele programmamogelijkheden in Utrecht en onder andere een bidfonds ter beschikking stelt. Ook initiatieven zoals Hotel Service Utrecht maken het organiseren van (internationale) bijeenkomsten makkelijk. Bovendien is Utrecht vanaf Schiphol binnen een half uur per trein en auto te bereiken en is de regio prijstechnisch zeer gunstig.



handen ineen om samen gepassioneerd vooruitgang te brengen.”

Deze bedrijven maken onderdeel uit van de identiteit van Utrecht en trekken bovendien andere bedrijven en instellingen met ambities aan. “Dit soort initiatieven zien we niet alleen in de zorg- en kennissector maar ook in de cultuur- en commerciële sector. Denk hierbij aan de vele festivals die in Utrecht zijn ontstaan zoals Nederlands Film Festival, Festival Oude Muziek en Le Guess Who?. Ook hierin is sectoroverstijgende samenwerking een sleutelbegrip. Het creëren in samenwerking zit echt in het DNA van de stad en regio.”

VERBINDINGEN

De nieuwe identiteit van Utrecht biedt ook houvast voor het Utrecht Convention Bureau, dat verantwoordelijk is voor het aantrekken van kennisevenementen naar de stad en de regio. Accountmanager Monique André de la Porte licht verder toe vanuit het merk als strategisch kader: "Wij gaan specifiek op zoek naar evenementen die een duidelijke link hebben met life sciences en health, innovatie en duurzaamheid. Utrecht ambieert om gezond, sociaal en zelfstandig samenleven te bevorderen in een prettige, duurzame en economisch welvarende stad. Dit spreekt opdrachtgevers aan. Bij al onze activiteiten speelt het verbinden van verschillende partijen een grote rol. Wanneer wij bijvoorbeeld een site visit organiseren, gaat het niet alleen over wat Utrecht aan locaties te bieden heeft, maar brengen we partijen ook in contact met bedrijven die wellicht een interessante toevoeging voor het congres kunnen zijn. De keuze voor een bestemming is niet langer enkel gebaseerd op de uitstraling, de prijs en de bereikbaarheid. Ook het verhaal van de stad en regio is van belang."

Utrecht heeft in de afgelopen jaren een aantal mooie congressen mogen verwelkomen. "De onderwerpen

zijn divers, maar passen allemaal in de identiteit van Utrecht", vertelt Business Researcher Liza Verkroost. "Zowel kennisevenementen over wiskunde, gezondheidszorg voor varkens, kinderpsychologie en kankeronderzoek, als het congres van de International Association for the Study of the Commons (IASC) hebben hier plaatsgevonden. "In Utrecht staan mensen open voor elkaar en voor samenwerking. Dat betekent dat wanneer er in de stad een congres met 900 deelnemers plaatsvindt, er een hele natuurlijke interactie met de bewoners tot stand komt", voegt André de la Porte toe. "Daardoor maak je als stad en regio een goede indruk. Dit zorgt ervoor dat tevreden congresgangers ook privé terugkomen."

FACILITEITEN

Waar voorheen de focus lag op de stad, wordt tegenwoordig de hele regio Utrecht gepromoot als een veelzijdige congresbestemming die uitstekend bereikbaar is. "Steeds meer locaties op de Heuvelrug en in steden zoals Zeist en Woerden sluiten zich aan", stelt André de la Porte. "Ook zij maken onderdeel uit van de identiteit van Utrecht. Bovendien hebben we de samenwerking met de regio ook gewoon nodig. Hoe meer locaties en hotels je kunt bieden,





v.l.n.r.: Merel van der Ham, Liza Verkroost,
Monique André de la Porte en Max Trienekens



des te meer mogelijkheden er zijn voor de kennisevenementen. Congresorganisatoren kunnen nu kiezen voor een historische of juist een moderne locatie in het bruisende stadsleven, of voor een verblijf in de regio midden in de inspirerende natuur zonder afleiding." Met de mogelijkheid om uit te wijken naar de regio kan Utrecht maximaal 2.000 congresdeelnemers ontvangen per congres. "Wat betreft de hotelcapaciteit zitten we nu op ongeveer 2.000 hotelkamers. Naar verwachting komen daar in de komende tien jaar nog een kleine 1.000 kamers bij. Extra aantrekkelijk is natuurlijk het Stimuleringsfonds Kennisevenementen, waar met name verengingscongressen erg blij mee zijn. Het biedt een extra ondersteuning van maximaal 10.000 euro per con-

gres, mits deze raakvlakken hebben met de speerpunten groen, gezond en slim."

PLATFORM

André de la Porte wijst voor het succes van Utrecht als congresbestemming ook op de goede contacten tussen de partners onderling. "We merken dat er meer dan ooit behoefte is aan een platform waar partners samen op kunnen trekken. De focus ligt op het samenwerken en cross selling. Wanneer een locatie niet genoeg beschikbaar heeft, wordt er doorverwezen naar die ene collega die wel genoeg ruimte heeft. De achterliggende gedachte is dat men de bijeenkomsten vooral niet de regio uit moet laten gaan. De behoefte aan samenwerken zie je ook terug in

initiatieven zoals Hotel Service Utrecht, een kosteloze online reserveringsdienst waarop congres- en evenementdeelnemers eenvoudig en veilig hun hotelkamer kunnen reserveren en betalen." Verkroost: "De betrokkenheid is erg groot. Dat merken we bij gezamenlijke activiteiten zoals onze deelname aan de beurs EventSummit (voorheen EvenementContact) waar we in 2016 met veertien partners stonden om samen de stad en de regio te promoten. Of de Locatietour van afgelopen oktober waarbij eventplanners per fiets de mogelijkheden verkenden. De kracht zit in het samenwerken."

www.utrechtconventionbureau.com