

Persbericht

Datum 26 februari 2010

Utrechtcampagne van start

Utrecht is begonnen met een campagne om de stad meer als stad van kennis en cultuur te promoten. Op dit moment associëren mensen Utrecht vooral met 'gezellig' en minder met kennis en cultuur terwijl dit wel de kracht is van de stad, zo toont onderzoek aan. Uiteindelijk wil de stad fors meer bedrijven, studenten en toeristen aantrekken.

De resultaten van het nieuwe beleid moeten zichtbaar worden door een groter aantal internationale studenten (50% meer in 2013), 25% meer museumbezoekers in 2013, meer toeristen en 60% meer internationale hotelovernachtingen. Uit representatief imago-onderzoek onder ruim 1200 respondenten blijkt dat het beeld dat mensen van Utrecht hebben slechts voor een deel aansluit bij de werkelijkheid. Het merendeel van de ondervraagden beoordeelt Utrecht positief en ziet Utrecht vooral als gezellige stad. Pas na doorvragen blijkt dat 1 op de 2 Nederlanders Utrecht ook ziet als stad van kennis. Daar wil de stad de komende tijd, samen met de universiteit, het bedrijfsleven en culturele partners, verandering in brengen.

Utrechters zijn zelf de beste ambassadeurs voor hun eigen stad. Daarom start de gemeente in maart een posteractie waarmee iedereen die in Utrecht woont, werkt en leeft zelf de boer op kan. Via het huis-aan-huis blad Ons Utrecht wordt een poster met het nieuwe logo verspreid. Aan iedereen de oproep om het nieuwe logo op een zo origineel mogelijke manier onder de aandacht te brengen van zoveel mogelijk mensen. De meest originele inzending maakt kans op een VIP-arangement bij de finish van de Giro d'Italia.

Andere activiteiten voor de komende tijd

- ⌘ Op 7 april wordt de toeristische lichtroute Trajectum Lumen gelanceerd waarbij verschillende objecten in de stad kunstzinnig aangelicht worden. Deze lichtroute is speciaal ontworpen om de stad 's avonds aantrekkelijker te maken en daarmee het langere verblijf in de stad te stimuleren.
- ⌘ Op 9 mei finisht de Giro d'Italia in Utrecht.
- ⌘ Utrecht is van 23 tot en met 30 mei vertegenwoordigd op de World Expo in Shanghai met een delegatie die inzet op kennis en cultuur. Verschillende kennisinstellingen, bedrijven en culturele instellingen en talenten maken deel uit van de delegatie. Voorbeelden zijn Cmon&Kypski, de Holland Baroque Society, het LisztConcours, Museum van Speelklok tot Pierement.
- ⌘ In juni start het Rietveld themajaar en de lancering van een online architectuurportal.
- ⌘ Studenten kunnen vanaf juni rekenen op een Utrecht Virtual Hospitality Desk.

Over Utrecht

Utrecht is door de jaren heen een belangrijke broedplaats gebleken voor talent op het gebied van kennis en cultuur. Zo kent de stad de hoogst opgeleide bevolking van de grote vier steden, de beste universiteit van het land, zijn er veel kennisinstututen en heeft Utrecht twaalf Nobelprijswinnaars voortgebracht.

Noot voor de media

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met gemeente Utrecht, Bestuurscommunicatie, Erlijn Mulder, 030 – 286 11 48. Kijk voor meer informatie ook op www.utrecht.nl/citymarketing.

Bijlage(n)

Factsheet imago 0-meting