

Persbericht

Datum 8 juni 2010

Utrecht, te veel te leuk voor één dag

Na de lancering van de voetgangersbewegwijzering op de stadsdag op 2 juni j.l., start deze week de toeristische zomercampagne "Utrecht, te veel te leuk voor één dag".

Utrecht werkt aan de versterking van het toeristische imago en het langer vast houden van de bezoeker in Utrecht door bijvoorbeeld toeristische projecten als Trajectum Lumen en deelname aan Holland Art Cities. Met de campagne 'Utrecht, te veel te leuk voor één dag', gericht op de Nederlandse toerist, willen we de bezoeker die nu nog vaak voor een rondvaart in de gracht of om te winkelen een dagje naar Utrecht komt, te verleiden tot een langer verblijf. "We willen benadrukken dat er in het oogstrelende historische decor van Utrecht ongelooflijk veel te beleven is en dat we meer dan genoeg te bieden hebben voor een paar dagen Utrecht" aldus verantwoordelijk wethouder Mirjam de Rijk.

De bewegwijzering met het ontwerp van Dick Bruna is van groot belang voor de toerist ter plekke en heeft ook in de campagne een centrale rol gekregen. In de campagne gebruiken we de wegwijzer om de culturele en cultuurhistorische veelzijdigheid van Utrecht te laten zien. Ieder bord verwijst naar een ander evenement in de zomermaanden juni, juli en augustus. Zoals de tentoonstelling GOUD | AZIZ in Museum Catharijneconvent, het cultuurhistorisch project Kerken Kijken Utrecht, maar natuurlijk ook door de vele festivals en evenementen zoals Roffest of Jazz-a-palooza.

De multimediale campagne met tv-spots, online, print en promotie op locatie wordt ondersteund met een portal waar we een selectie van evenementen en tentoonstellingen in de zomermaanden uitlichten www.utrechtteveelteleuk.nl. Deze portal is gelinkt aan de toeristische promotie site voor de stad utrecht www.utrechtyourway.com.

Noot voor de media

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met de gemeente Utrecht, Bestuurscommunicatie, Gerard Derksen, 030 – 286 11 68.