Gemeente Utrecht

Memo naamswijziging UM

Onderwerp	Afwegingen naamswijziging Stichting Utrecht Marketing
Datum	1 april 2021
Van	Deb Appel

---

1. Aanleiding

In de beantwoording van de schriftelijke raadsvragen jaargang 2020 nummer 266 van raadsleden Van der Zweth (PvdA), Deldjou Fard (GroenLinks) en Sasbrink (Partij voor de Dieren) van 12 november 2020 over Utrecht Marketing, hebben wij toegezegd de raad te informeren over kosten en mogelijkheden van een naamswijziging van Utrecht Marketing.

De gestelde vraag en het antwoord waren:
Vraag 5
Kan het college de kosten inzichtelijk maken en onderzoeken hoe het mogelijk is een naamswijziging te bewerkstelligen bij de eerstvolgende meerjarenopdracht?

Antwoord 5
Ja, we zullen deze kosten en mogelijkheden inzichtelijk maken op het moment dat wij u betrekken bij het afsluiten van een eventuele meerjarenovereenkomst.

2. Strategische afwegingen

Utrecht Marketing wordt steeds meer een brede marketingorganisatie die allerlei sectoren en doelgroepen bedient, strategisch partner is voor allerlei stakeholders (niet alleen voor de gemeente) en als een reputatiebouwer en kenniscentrum voor stad en regio. Partners van UM in de stad zouden betrokken moeten worden bij de vraag of een nieuwe naam wenselijk is en welke naam dat zou moeten zijn.

Als de inhoudelijke koers (het meerjarenprogramma 2022-2026) voor Utrecht Marketing is bepaald, en als het herstel uit de coronacrisis en de viering van Utrecht 900 jaar en de Vuelta in 2022 is afgewikkeld, kan worden gekeken naar de wenselijkheid van een nieuwe naam. Ook kan dan worden bezien welke organisatienaam het beste past bij die vernieuwde meerjarenstrategie en bij de rollen en doelstellingen van de Stichting.

Een nieuwe naam zou snel (weer) goed bekend moeten zijn bij alle belanghebbenden.

Utrecht onderscheidt zich positief ten opzichte van andere steden in dat het citymarketinglogo onderdeel is van de organisatienaam Utrecht Marketing (zie overzicht onderaan dit memo.) Dit zou behouden moeten blijven in een eventuele nieuwe naam.

3. Kosten (ontwerp en implementatie)

Naamsbekendheid moet na een eventuele naamswijziging worden opgebouwd. Het is belangrijk dat partners weten dat Utrecht Marketing dezelfde rol vervult; dat er niet een 'nieuwe' organisatie is opgericht, maar dat het slechts een naamswijziging betreft. Dit om de zorgvuldig opgebouwde partnerschappen te behouden. Dit vraagt een investering in communicatie met deze belanghebbenden.

Veel on- en offline marketingmiddelen zijn in de in de citybrandinghuisstijl; de Utrecht-stijl die - binnen de hiervoor geldende kaders - ook door partners kan worden gebruikt. Deze kunnen ongewijzigd blijven. Het aantal communicatiemiddelen van de afzender Utrecht Marketing is beperkter. Daardoor zijn kosten van een naamswijziging te overzien. Utrecht Marketing financiert de eventuele naamswijziging naar rato uit de jaarlijkse subsidiebijdragen van economie, cultuur en marketing.

Onderstaande middelen zouden in ieder geval aangepast moeten worden:

- Ontwerp organisatielogo Stichting Utrecht Marketing
- Implementatie op correspondentiemiddelen: briefpapier, enveloppen, visitekaartjes, sjablonen voor overeenkomsten, etc.
- Implementatie in ontwerpen online: www.utrechtmarketing.nl, sjablonen mailings/nieuwsbrieven, e-mail/digitale handtekeningen, powerpoint-sjablonen, intro/outro voor video's, etc.
- Implementatie in publicaties (half)jaarplannen, visuals, kennisupdates, huisstijlhandboek
- On site: signing in en om het kantoor (stadhuis)

Inschatting out-of-pocketkosten aanpassing marketingcommunicatiemiddelen:	€12.500,-
Inschatting communicatie naamsbekendheid:	€ 7.500,-
Totaal kosten ten behoeve van naamswijziging:	€ 20.000,-

In overleg met Utrecht Marketing wordt de eventuele naamswijziging ingepland in een jaar dat valt binnen de nieuwe meerjarenovereenkomst 2022-2026, maar in ieder geval na 2022.

BIJLAGE Benchmark destinatiemarketingorganisaties

De marketingorganisatie	Het citymarketinglogo
amsterdam& partners	I amsterdam.
rotterdam partners	ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.
The Hague. & Partners	Den Haag The Hague
Utrecht Marketing	Utrecht
De citymarketingorganisatie van Eindhoven bestaat sinds 2012 uit twee stichtingen: Stichting 365 gaat over de strategische branding van de regio.	

Stichting 247 gaat over de exploitatie van marketingactiviteiten.   	
MARKETING GRONINGEN De organisatienaam wordt in het speciaal voor citymarketing ontwikkelde lettertype Gronika geschreven.	ER GAAT NIETS BOVEN GRONINGEN