

Memo

Van	Marketing- en Communicatienetwerk	Datum	20 april 2021
		Opgesteld door	D.J. Appel
Onderwerp	Aanbevelingen Berenschot Utrecht Marketing	Doorkiesnummer	14 030
		E-mail	Deb.appel@utrecht.nl

Onderstaand overzicht geeft een toelichting op de acties die zijn ondernomen om de aanbevelingen van adviesbureau Berenschot met betrekking tot de samenwerking Gemeente – Utrecht Marketing door te voeren.

Vanzelfsprekend blijven acties die zijn afgerond relevant en onderdeel van de samenwerking. De hier vermelde status geeft slechts aan of de aanbeveling inmiddels een plek heeft gekregen in de samenwerking.

Aanbeveling	Toelichting ondernomen actie	Status
Definieer als gemeente Utrecht opnieuw de opdrachtgeversrol ten opzichte van Utrecht Marketing.	Hanneke de Korte (directeur Marketing & Communicatie Gemeente Utrecht) is integraal opdrachtgever. Een nieuw toetsingskader is ontwikkeld.	Afgerond
Richt een nieuwe overlegstructuur en planning en control cyclus in.	- Er zijn reguliere opdrachtgever - opdrachtnemeroverleggen. - Er zijn reguliere interne managementoverleggen. - Er is tweejaarlijks een Bestuurlijk Overleg met directie Utrecht Marketing en wethouders Cultuur en Economie. - Afspraken over (half)jaarrapportages zijn gemaakt.	Afgerond
Maak als gemeente Utrecht in het opdrachtgeverschap onderscheid tussen opdrachtgever en partnership met Utrecht Marketing	Op alle inhoudelijke onderwerpen zijn partnerships gevormd tussen (beleids)ambtenaren en medewerkers van Utrecht Marketing. Zij overleggen separaat van de integraal opdrachtgever met Utrecht Marketing.	Afgerond
Formuleer indicatoren die de toegevoegde waarde van Utrecht Marketing aantonen.	Deze zijn opgenomen in het nieuwe toetsingskader dat in 2020 is ontwikkeld, en verwerkt in het jaarplan 2021. Voor alle activiteiten	Afgerond

	is beschreven: de doelstelling, de wijze waarop en het te behalen effect/resultaat (why, how, what).	
Laat Utrecht Marketing bij het bepalen van specifieke campagnes en activiteiten zoveel mogelijk gebruik maken van zogenaamde effectiviteitsratio's. Zorg ervoor dat de effectiviteit van Utrecht Marketing niet alleen wordt beoordeeld op basis van deze ratio's.	Opgenomen in jaarplan 2021 De effectratio's zijn geformuleerd en geëvalueerd voor zomercampagne 2020 ('vakantie in ons stadsie'); dit model kan worden toegepast voor komende campagnes. Naast deze effectratio's is input en tevredenheid partnernetwerk zwaarwegende factor in de beoordelingen. Zo is het plan Stadsprogrammering met 25 culturele partners opgesteld, is de werving en selectie van een nieuw team voor Stadsprogrammering met culturele partners gedaan, en wordt momenteel een nieuwe strategie voor de vrijetijdssector opgesteld met een reeks partnerorganisaties	
Geef Utrecht Marketing de tijd (tot en met 2021) om de ambities in het Ambitiedocument waar te maken.	De opdracht voor 2021 was om die reden een verlenging met 1 jaar.	Loopt
Geef Utrecht Marketing expliciet opdracht om samen met de sector een nieuw concept voor de Culturele Zondagen te ontwikkelen.	Vernieuwingsplan is met de sector ontwikkeld en opgeleverd op 1 juni 2020. UM heeft nieuw team mensen aangesteld. Vanwege coronamaatregelen konden de Zondagen nog niet worden uitgevoerd. De succesvolle online culturele zondagen waren het alternatief in deze periode.	Deels afgerond (niet volledig i.v.m. corona)
Veranker in de opdracht de regionale aanpak van Utrecht Marketing.	'Samenwerking in buurt, stad en regio' is een hoofdstuk in jaarplan 2021 van Utrecht Marketing, waarbij de organisatie zich zowel richt op de vrijetijdssector als op zakelijk toerisme om deze in dienst te stellen van Gezond Stedelijk Leven voor iedereen.	Afgerond
Geef Utrecht Marketing een belangrijke adviserende rol bij het ontwikkelen en het evalueren van het toeristisch beleid in de regio Utrecht.	Opgenomen in jaarplan 2021: Utrecht Marketing stelt i.s.m. de gemeente en talrijke partners uit de stad een nieuwe duurzame strategie op voor de bezoekerseconomie en deze is in mei 2021 gereed.	Loopt
Overweeg Utrecht Marketing een rol te geven bij de Vuelta en Utrecht 900.	UM heeft in 2021 een aanvullende opdracht gekregen voor Utrecht 900 en krijgt dit wellicht voor de start van de Vuelta als deze in Utrecht plaatsvindt.	Afgerond
Richt je als Utrecht Marketing nog nadrukkelijker op de zakelijke markt.	Utrecht Marketing heeft in overleg met gemeente geen prioriteit kunnen geven aan werving van zakelijk bezoek vanwege de (inter)nationale coronamaatregelen. Utrecht Marketing heeft wel bijgedragen aan zakelijke netwerken middels de '1,5M sessies' in 2020 en de 'perspectief-sessies'	Loopt

	in 2021. Ook bij het herstel na corona wordt Utrecht Marketing betrokken.	
Besteed als Utrecht Marketing meer aandacht aan het verder professionaliseren en (regionaal) uitbouwen van het UCB.	Utrecht Marketing heeft in overleg met gemeente geen prioriteit kunnen geven aan werving van zakelijk bezoek / uitbouwen van UCB vanwege de coronamaatregelen.	Uitgesteld
Stimuleer als gemeente Utrecht het streven van Utrecht Marketing om zoveel mogelijk projecten te ontwikkelen op basis van cofinanciering.	Gemeente steunt de plannen rond de viering van 700 jaar Domtoren. Coronamaatregelen bemoeilijken de mogelijkheden voor projecten met co-financiering.	Loopt
Stimuleer als gemeente dat Utrecht Marketing (nog) meer aandacht en middelen besteedt aan het doen van onderzoek naar "facts and figures" van de toeristische sector en de effectiviteit van haar activiteiten.	Opgenomen in het jaarplan 2021, met performance indicatoren.	Afgerond
Ontwikkel als Utrecht Marketing minimaal tweejaarlijks (beter nog jaarlijks) een agenda voor "blockbusters".	Voor 2021 en 2022 heeft Utrecht Marketing een aanvullende opdracht gekregen voor de viering van Utrecht 900 jaar.	Afgerond
Ga als Utrecht Marketing op korte termijn aan de slag met het organiseren van meer betrokkenheid van partners.	In 2020 heeft Utrecht Marketing initiatief genomen tot de organisatie van zogenaamde '1,5 meter sessies': digitale bijeenkomsten met Utrechtse instellingen en bedrijven. Voor 2021 is dit opgenomen in het jaarplan.	Afgerond
Formuleer een nieuwe opdracht voor het Brandteam.	Opgenomen in jaarplan 2021. Nieuwe opdracht voor het UBT (Utrecht Brand Team) is geformuleerd, op basis daarvan een kleiner en daadkrachtiger UBT geselecteerd dat inmiddels is gestart.	Afgerond