

# VERSLAG BUITENLANDSE DIENSTREIS

## HOEVEEL PERSONEN HEBBEN DE REIS GEMAAKT

2 personen

## HOELANG DUURDE DE REIS?

3 dagen (waarvan vrijdag 11 november terugreis dag)

## WAT WAS HET DOEL VAN DE REIS?

Verslag dienstreis naar Londen 9/11 november 2022

City Nation Place conference 2022 op 9 en 10 november 2022

Kennisvergaring en nominatie Den Haag City Nation Place Award – Best Communications Strategy (BeHague/30days as a Hagenees)

Doel met name kennisvergaring:

- Bezoek workshop van onderzoeksbureau IPSOS over belangrijkste 'drivers' voor stadstrots. Internationaal onderzoek heeft aangetoond dat de fysieke uitstraling van de omgeving van bewoners (natuur en bebouwd) bij uitstek bepalend is voor stadstrots. Veel meer dan bv. evenementen die in een stad worden georganiseerd. Dit is waardevolle informatie voor extra inzet op stadstrots in Den Haag.
- Bezoek aan workshop van New York Times (NYT) over 'branded content storytelling'. NYT deelde een aantal nuttige principes die zich bewezen hebben in de praktijk (grotere context van ontwikkeling schetsen, onbekende invalshoek hanteren en/of vooruitkijken naar de toekomst). Deze principes kunnen we toepassen bij het maken van de redactiefomule voor [storiesofpurpose.thehague.com](https://storiesofpurpose.thehague.com).

Daarnaast was Den Haag genomineerd voor de award in de categorie **Place Brand Award 2022**

### **Twee dagen Citybranding Den Haag in Londen**

Afgelopen week mochten collega Luuk en ik aanwezig zijn bij het tweedaagse Internationale congres over place branding in Londen: City Nation Place Global. Dit is een internationaal gerenommeerd congres voor professionals uit het vakgebied van branding voor steden, regio's en landen.

Tijdens het congres hebben we diverse inspirerende presentaties bijgewoond van organisaties en specialisten van over heel de wereld. Bijzonder was de marketingorganisatie van Ukraine en hun presentatie over hoe ze sinds de oorlog een hele nieuwe taak hebben gekregen. Van de promotie van Ukraine als aantrekkelijke bestemming voor toeristen en bedrijven naar het laten zien aan de wereld wat er in de Ukraine aan de hand is en het ondersteuning bieden aan Ukrainers. Het kon rekenen op een staande ovatie van de hele zaal, erg mooi!

Verder hebben we de pauzes benut om gesprekken te voeren met collega's en interessante partijen. Zo hebben we gesproken met mensen van de New York Times over wat zij mogelijk kunnen bieden bij de internationale profilering voor de economische clusters binnen het profiel van vrede en recht.

Maar het congres was niet alleen niet om geïnspireerd en nieuwe contacten te leggen, we waren als Den Haag ook genomineerd voor de Place Brand Award 2022 die tijdens het congres werd uitgereikt. Een prijs die is bedoeld om erkenning te geven aan de organisatie die de beste strategie heeft om placebranding in te zetten bij projecten, communicatie en marketing.

We waren genomineerd met nog zeven andere toppers die het afgelopen jaar hebben laten zien iets bijzonder te hebben gedaan in het vakgebied. (voor ons was dat uiteraard de vaststelling door de gemeenteraad van onze Haagse positioneringsstrategie).

Er was stevige concurrentie met steden als Houston, Staffordshire maar ook Madeira, Chili, Estland en Fiji. En we wonnen deze award al eens al Den Haag in 2016.

Helaas ging Estland er met de award vandoor. En met wel een mooie argumentatie vanuit de jury. Ze hebben afgelopen jaar een vijfde waarde aan hun brand toegevoegd en zijn daarmee aan de slag gegaan 'democratische waarden'. Dit als reactie op de Russische invasie in Oekraïne. Zelfs wij als Den Haag (Internationale stad van Vrede en Recht) kunnen dat zeer waarderen. Compliment en felicitaties voor Estland.

Volgend jaar nieuwe kansen en we zijn met een tevreden gevoel terug in Den Haag.

#### WELKE LOCATIES ZIJN BEZOCHT?

Alleen congreslocatie

#### WIE HEB JE ONTMOET? (BENOEM DE FUNCTIEOMSCHRIJVING)

Ruim 150 internationale professionals vanuit placemarketing en placebranding waren aanwezig.

#### WAT HEEFT DE REIS DE GEMEENTE OPGELEVERD?

Zie ook bij kennisvergaring.

- Algemene inzichten over hoe steden hun merkbeleid inrichten. Gesterkt in de opvatting dat we in Den Haag moeten vasthouden aan ons unieke profiel van vrede en recht (veel andere steden proberen elkaar te kopiëren met profiel 'doing good').
- Inzichten voor beïnvloeding stadstrots opgedaan die toegepast kunnen worden in middelen/campagne voor Hagenaars in 2023.
- Geleerd over principes voor storytelling die toegepast kunnen worden bij redactiefomule [storiesofpurpose.thehague.com](https://storiesofpurpose.thehague.com).
- Contact gelegd met New York Times over mogelijke inhuur van hun diensten voor verspreiden van branded content i.r.t. 'internationale stad van vrede en recht' via hun kanalen.

#### ZIJN ER VERVOLGAFSPRAKEN? ZO JA, WELKE?

Zie hierboven.