

# VERSLAG BUITENLANDSE DIENSTREIS

## HOEVEEL PERSONEN HEBBEN DE REIS GEMAAKT

2 personen

## HOELANG DUURDE DE REIS?

3 dagen

## WAT WAS HET DOEL VAN DE REIS?

Verslag dienstreis naar Londen 08/11-10/11

City Nation Place Global

08 november– middagprogramma – presentaties over citybranding en workshops voor deelnemers

09 november– dagprogramma – Een presentatie over Den Haag gegeven, verzorgd door Luuk Helleman van Bureau Citybranding en Jolanda Witzenburg van The Hague & Partners, en meerdere presentaties gekregen uit verschillende landen over citybranding van grote steden.

The City Nation Place Global bracht meer dan 200 leiders op het gebied van plaatselijke merk en marketing samen in Londen om ideeën en best practices te delen. Den Haag heeft meegedaan en ingeschreven in de categorie 'best citizen engagement'. Helaas hebben we dit jaar geen award gewonnen. Wel hebben we tijdens het congres een presentatie gegeven over het Haagse Citybranding verzorgen (in samenwerking met The Hague & Partners) en hebben we meegewerkt aan een benchmark over hoe resultaten van citybranding worden gemonitord.

Doel met name netwerken en kennisvergaring

- Boeiende presentaties van o.a. David Downs, CEO van the New Zealand Story (een ambitieuze door de overheid gefinancierde organisatie die Nieuw-Zeeland aan de wereld promoot) en Adam Burke, President & CEO van Los Angeles Tourism, de officiële non-profit bestemmingsmarketing- en verkooporganisatie voor de City of Angels. Met als missie "de kwaliteit van leven voor alle inwoners van Los Angeles te verbeteren door de economische en gemeenschapsvoordelen van toerisme. Ook meer dan noemenswaardig waren de presentaties van Per Grankvist, Chief Storyteller, van 'Viable Cities', over zijn methode om uit te leggen hoe de kwaliteit van leven eruit zal zien in een klimaatneutrale stad en van Ryan Short, CEO en medeoprichter van CivicBrand, een organisatie die voorop loopt in placemarking en gemeenschapsbetrokkenheid. Zijn presentatie ging in op de waarde van stadstrots en het belang van trotse inwoners op het merkverhaal van een stad.
- ronde tafeldiscussies o.a. over hoe je het succes meet van marketing- en branding inspanningen en de inzet van stadsmerkarchitectuur en het beheren van je reputatie.
- Interactieve paneldiscussies: met onderwerpen als 'Managing the brand relationships'.
- gesprekken met Nederlandse en internationale collega's uit onder andere Engeland, Amerika maar ook uit Nieuw Zeeland.

## WELKE LOCATIES ZIJN BEZOCHT?

Congreslocatie Pikku Finlandia, Mannerheimintie 13, Helsinki, Finland  
Helsinki Cityhall, Pohjoisesplanadi 11, Helsinki, Finland

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

Ruim 200 internationale professionals vanuit internationale citybranding en de internationale toeristische markt waren aanwezig. Met een aantal van hen is over verschillende onderwerpen doorgesproken.

- Liz Watson – Head of Partnerships City Nation Place
- Natasha Grand Norman– Company Director at Institute for Identity
- Ben Russell - Sales Director, ADARA
- Toby Morris and Andria Godfrey – Researchers, Epsilon

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

Nieuwe contacten en een uitbreiding van ons netwerk onder vakcollega's waardoor we op de hoogte blijven van de laatste internationale ontwikkelingen op het gebied van citybranding en stadspromotie. Daarnaast hebben we een benchmark-onderzoek ontvangen waar we zelf ook aan meegewerkt hebben. Dit onderzoek ging met name over hoe de inspanningen van citybranding gemonitord worden. Deze inzichten kunnen wij gebruiken om resultaatmetingen van de gemeente te optimaliseren en van elkaar te leren hoe resultaten worden teruggekoppeld aan de stad en bestuur.

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

Vervolgafpraak wordt ingepland met Toby Morris van Epsilon Research, om meer te leren over de mogelijkheden die zij bieden op het gebied van monitoren en onderzoeken van stadstrots onder inwoners.