



3 jaar CMU... we pakken door

Samen maken
we het centrum

Inhoud:

Voorwoord	3
2014 in vogelvlucht	4
De resultaten worden zichtbaar	5
Culturen Zondagen en CMU maken samen het centrum leuker	6
2014: Het jaar van samenwerking en publiekstrekkers	8
Winter Utrecht is voorbij, bedankt voor de inzet!	9
Ondernemersfonds vijf jaar verlengd	10
Hoog Catharijne van 1960 tot 2019... samen pakken we door	11
Aanvragen en toekenningen in 2014	12
CU20130 > levert op	15
Drie jaar CMU... Samen werken aan het centrum	16
Financieel overzicht 2015	19



Voorwoord

Centrummanagement Utrecht (CMU) biedt een unieke mogelijkheid om de diversiteit van ondernemen in het centrum bij elkaar te brengen. De afgelopen drie jaar is CMU een initiatiefrijke en volwassen gesprekspartner voor tal van organisaties geworden.

De economische betekenis van het centrum is voor de stad Utrecht groot. Er komen ontelbaar veel functies bij elkaar en geen andere wijk in de stad wordt zo intensief gebruikt. Meer dan 50.000 mensen, bijna een kwart van alle werknemers in de stad, zijn hier dagelijks aan het werk.

Voor het gemeentebestuur is het versterken van de economische positie van de stad en het centrum belangrijk. Zoals we hebben afgesproken in het coalitieakkoord doen we dat met samen met de stad. Tot ons genoegen heeft het centrummanagement hier vorig jaar al het initiatief toe genomen.

De gemeente en CMU werken de komende maanden samen aan een strategische ruimtelijk-economische agenda voor de periode 2015-2020. De agenda gaat ongetwijfeld de nodige aanknopingspunten bieden om de werkgelegenheid in de stad en het centrum te vergroten. Werken aan werk is een belangrijk thema voor dit college. We werken aan meer werkgelegenheid, investeren in innovatie en de kenniseconomie en faciliteren ondernemers maximaal. Het besluit van de gemeenteraad om het ondernemersfonds de komende vijf jaar voort te zetten, biedt CMU mogelijkheden om de samenwerking verder uit te bouwen.

De centrumfuncties breiden zich ook uit buiten de traditionele grenzen van het centrum. Het zuidelijke deel van de binnenstad is daar een mooi voorbeeld van. In het verlengde van het Museumkwartier, op en rond het Ledig Erf, zijn steeds meer culturele en uitgaansgelegenheden gekomen. Deze zijn een waardevolle aanvulling op de concentratie van musea hier. Het station Vaartserijn wordt een overloopstation voor het drukke Centraal Station. En de komende jaren zal de nieuwbouw op Rotsoord steeds meer ruimte bieden aan creatieve werkgelegenheid. De aansluiting van de Biltstraat en de Nachtegaalstraat op het gebied binnen de singels biedt eveneens mogelijkheden. Ook hier moet onderling goed worden samengewerkt, maar daar heb ik alle vertrouwen in.

Ik ben trots op wat CMU de afgelopen periode heeft bereikt en reken op een resultaatgerichte en plezierige voortzetting van de samenwerking, om alle de kansen en mogelijkheden die ons centrum en de omliggende wijken bieden, volledig te kunnen benutten.



Jeroen Kreijkamp
Wethouder Economische Zaken

2014 in vogelvlucht

In het derde jaar dat de CMU op eigen benen staat en het stadsbrede ondernemersfonds haar laatste pilotjaar doormaakte, hebben we serieuze stappen gezet in het economisch functioneren van het centrum, werden projecten die in de eerste twee jaar zijn opgestart, concreet zichtbaar en legden we de basis voor projecten die de positie van Utrecht in de toekomst verder versterken.

Zoals ik aan het begin van 2014 al voorzag, was het ook het jaar waarin we meer aanvragen van ondernemerscollectieven voor cofinanciering hebben ontvangen dan er middelen waren. Het is fantastisch om te zien dat ondernemers in de verschillende kwartieren in het centrum elkaar steeds beter vinden bij het realiseren van deze initiatieven. Door terugkerende initiatieven te stimuleren om op termijn financieel op eigen benen te staan, blijft er ruimte voor het financieel ondersteunen en stimuleren van nieuwe initiatieven.

2015 belooft een mooi jaar te worden, tijdens de Tour de France krijgen we de kans om ons prachtige centrum te delen, niet alleen met de bezoekers maar ook met de mensen thuis die dit grootste jaarlijkse sportevenement gaan bekijken. Als we de burgemeester mogen geloven, komt het eerste water weer zichtbaar terug in de singels rondom het stationsgebied en ik kijk zelf nu al weer uit naar de verschillende ondernemersinitiatieven die dit jaar weer worden georganiseerd door de actieve ondernemers(verenigingen) in het centrum.

Samen maken we het centrum. Ik kijk uit naar weer een nieuw jaar om dit, samen met u, in praktijk te brengen.

Tot ziens in het centrum.

Jeroen Roose-van Leijden
Centrummanager



De resultaten worden zichtbaar

Met ondernemers, musea, universiteit, Toerisme Utrecht, Hoog Catharijne, gemeente en vele anderen bouwt CMU aan een economisch vitaal, aantrekkelijk en veelzijdig centrum. De resultaten van deze samenwerking worden zichtbaar.

Zo ervaren ondernemers nu al de positieve effecten van de herinrichting van de Domstraat/Korte Jansstraat. Andere belangrijke verbeteringen worden tot stand gebracht in de verkeersverwijzingen naar en in het centrum. Ook worden forse stappen gezet om de Citymarketing op een passende manier te organiseren. Ten slotte hebben ondernemers met elkaar voor het eerst een omvangrijke Kerstmarkt op meerdere pleinen en straten in de binnenstad en in Hoog Catharijne georganiseerd.

Na een proefperiode van drie jaar heeft de gemeenteraad besloten om het ondernemersfonds de komende vijf jaar voort te zetten. Dit biedt CMU de mogelijkheid om activiteiten te verbinden aan een agenda voor de middellange termijn. Wij zetten alles op alles om Utrecht in 2017 wordt verkozen tot de Beste Binnenstad van Nederland voor de periode 2017 – 2019. Met de gemeente werken we de komende maanden samen aan een strategische ruimtelijk-economische agenda voor de periode 2015 – 2020. De kwartieren zullen in de komende jaren belangrijke pijlers zijn om de diversiteit van het centrum van Utrecht gezicht te geven.



Namens het bestuur dank ik iedereen voor de plezierige samenwerking. Het enthousiasme en de energie van al die ondernemende, creatieve en slimme mensen is een geweldig fundament voor een inspirerend centrum.

Jacques Blommendaal
Voorzitter CMU



Culturen Zondagen en CMU maken samen het centrum leuker

Verrassende thema's, samenwerken met partners en opvallende locaties zijn het handelsmerk van Culturele Zondagen. In 2014 resulteerde dat opnieuw in zes bijzondere evenementen¹ met in totaal 162.588 bezoekers. CMU draagt sinds 2012 bij aan de Culturele Zondag *Kijken, Kijken, Kopen* om de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad verder te benadrukken.

Publiek uitwisselen

Inzet van de samenwerking tussen CMU en Culturele Zondagen is tevens publiek 'uit te wisselen'. In 2013 en 2014 verhoogde CMU zijn bijdrage zodat tijdens een aantal andere zondagen extra programmering op pleinen kon worden gerealiseerd. In 2014 waren dat naast *Kijken, Kijken, Kopen* de zondagen *De Stad de Toekomst* en *In de ban van de man*. Vanaf 2015 levert CMU alleen nog een bijdrage aan de Culturele Zondag *Kijken, Kijken, Kopen* vanwege een andere prioriteitstelling.

Kijken, Kijken, Kopen

Er hing een goede sfeer in de stad tijdens de derde editie van *Kijken, Kijken, Kopen*

met een mooie mix van koopzondag-publiek en CZ-bezoekers. Het programma vond plaats in ruim vijftig winkels, cafés en restaurants en bevatte muziek, dans, theater. Het evenement trok 28.000 bezoekers, 3.000 meer dan in 2013.

De Stad de Toekomst

Het programma van *De Stad de Toekomst* vond plaats op negen verschillende locaties, van het centrum tot Westplein, Rotsoord, Merwede en Cartesius. Eén van de highlights, mede mogelijk gemaakt door CMU, was de Markt van de Toekomst op zondag op het Vredenburgplein. Het concept van de Amsterdamse Neighbourfoodmarket werd voor één keer naar Utrecht





gehaald; ruim veertig lokale cateraars presenteerden hun lokale en ambachtelijke producten. Bezoekers spraken de hoop uit dat dit concept terugkeert in de stad.

In de ban van de man

Tijdens In de ban van de man werd op 47 locaties in de stad het fenomeen 'man'

onder de loep genomen. Met hulp van de bijdrage van CMU werd het Vredenburgplein omgebouwd tot Sensatieplein. Hier was een dansperformance met drummers en freerunners te zien, en kon het publiek meedoen aan de CrossFit test en een vrije val in de Dropzone XL maken.



¹ 1. Nieuwjaarsduik – 12 januari | 2. Kijken, Kijken, Kopen – 1 & 2 maart | 3. De Stad de Toekomst – 24 & 25 mei | 4. CZ on Tour – 12 & 13 juli | 5. Uitfeest – 7 september | 6. In de ban van de man – 11 & 12 oktober

2014: Het jaar van samenwerking en publiekstrekking

Terwijl de eerste zonnestrallen van 2015 doorbreken, blik ik terug op 2014. Een mooi jaar vol samenwerking en nieuwe ontwikkelingen.



Een jaar waarin drie grote publiekstrekkingen werden geopend: in maart het nieuwe Museum Oud Amelisweerd (MOA) op landgoed Oud Amelisweerd. Een paar maanden later kon het grote publiek eindelijk zien welke rijke geschiedenis jarenlang verscholen lag onder het Domplein dankzij DOMunder. En natuurlijk werd begin juli het iconische muziektheater TivoliVredenburg geopend door koning Willem-Alexander.

2014 was vooral ook een jaar van samenwerking. In het City Brand Network Utrecht werkten CMU en Toerisme Utrecht samen met diverse organisaties uit verschillende sectoren aan gezamenlijke citymarketing. Met het formuleren van het 'Verhaal van Utrecht' en de merkwaarden Bright, Inspiring en Welcoming werden de eerste stappen gezet in het bouwen aan het merk Utrecht.

CMU en Toerisme Utrecht brachten dit direct in de praktijk in een gezamenlijke 'Echt Utrecht'-campagne. Via persoonlijke

selfies inspireerden Utrechters en bezoekers elkaar om hun favoriete plekken te bezoeken. Ondernemers hielpen mee met leuke acties. Zo kreeg je op vertoon van je selfie bij de Koekfabriek een gedichtje bij de koffie.

Daarnaast bundelden we afgelopen jaar de krachten om de stad gastvrijer te maken. Samen praatten we met de gemeente over verbetering van bewegwijzering en de (digitale) vindbaarheid. In het eerste half jaar van 2015 wordt het een en ander gerealiseerd. Zo wordt de indeling in kwartieren doorgevoerd in de bewegwijzering en op de website bezoek-utrecht.nl.

Tot slot werkten we ook dit jaar weer samen aan Winter Utrecht. Door de grote kerstmarkt in de binnenstad en de aansluiting van grote evenementen als China Light Festival en Disney on Ice, maar ook veel initiatieven in de stad, was het bereik groter dan ooit.

'Samen gaan we de stad op haar mooist laten zien'

Ook 2015 belooft weer een mooi jaar te worden. Met de verjaardag van Nijntje, de opening van het Waterliniemuseum en natuurlijk bovenal, de komst van de Tour de France. De Grand Départ zorgt ervoor dat veel bezoekers naar Utrecht komen en dat de stad wereldwijd 'in the picture' staat. Samen gaan we ervoor zorgen dat we de stad op haar mooist laten zien aan alle televisiekijkers en bezoekers.

Carlijn Leenders
Manager Toerisme Utrecht Marketing

Winter Utrecht is voorbij, bedankt voor de inzet!

Winter Utrecht zit er weer op. Een periode van negen weken gevuld met 130 hartverwarmende activiteiten. De bundeling van activiteiten en het collectief afstemmen van de marketing leverde Utrecht en de betrokken organisaties veel positiefs op. Naast een prachtig programma, stimuleerde deze derde editie veel bezoekers om tijdens de winter op pad te gaan.

Brede samenwerking

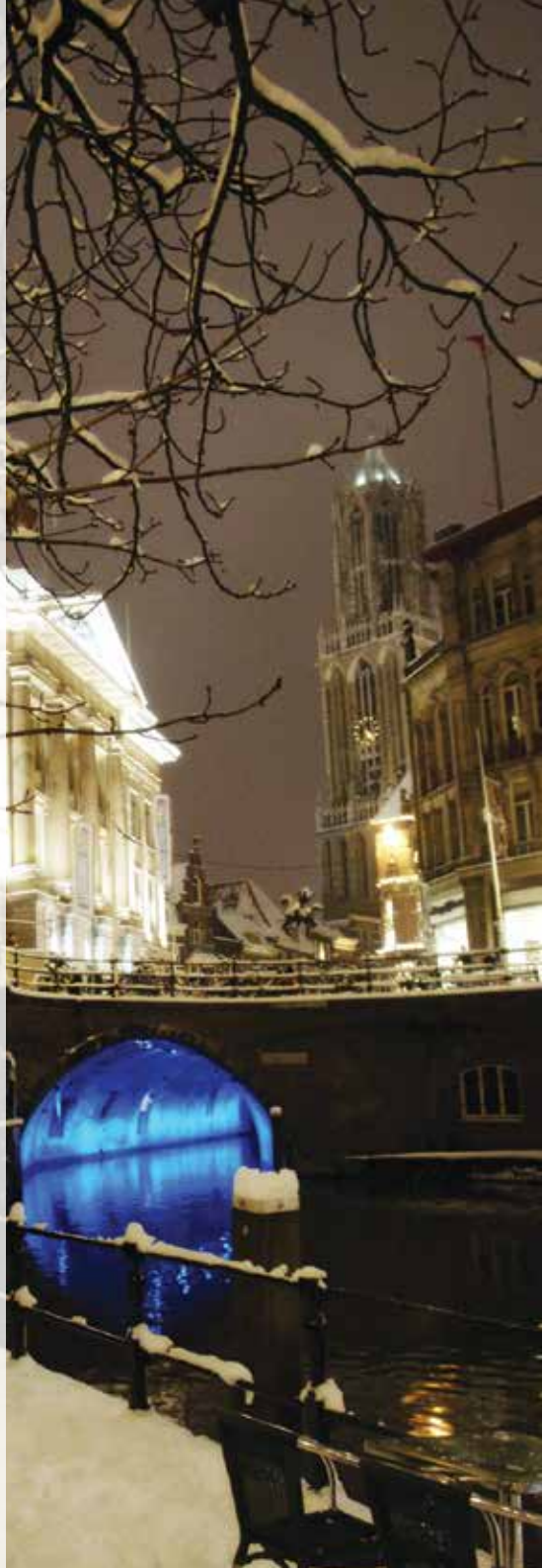
Om inzicht te bieden in het effect van de brede samenwerking staan hieronder enkele statistieken van het marketingplatform gepresenteerd:

- 50.000 unieke bezoekers op winter-utrecht.nl;
- 35.000 verspreide folders;
- 3.500 likes, 550 shared berichten en 450.000 bereikte mensen via social media;
- 15.000 verstuurde nieuwsbrieven.

Exposure

Daarbij hebben diverse uitingen bijgedragen aan de exposure van Winter Utrecht waaronder vlaggen in de binnenstad, banieren op locaties van evenementen en musea, diverse publicaties, presentatie via de beeldschermen in Hoog Catharijne, opname logo in verschillende campagnebeelden van betrokken partijen en berichtgeving via social media kanalen van betrokken partijen.

Toerisme Utrecht bedankt iedereen die heeft bijgedragen aan het succes van Winter Utrecht. In het najaar zal iedereen weer aangehaakt worden voor de volgende editie.



A portrait of Kjeld Vosjan, a man with short brown hair, smiling broadly. He is wearing a dark blue blazer over a white button-down shirt and a brown leather belt. His right hand is on his hip. The background is a warm, out-of-focus interior with wooden paneling.

Ondernemersfonds vijf jaar verlengd

De activiteiten van CMU worden gefinancierd vanuit het Ondernemersfonds. 18 december 2014 heeft de gemeenteraad besloten om het ondernemersfonds met nog eens vijf jaar te verlengen. Daarmee kan ook CMU voorlopig verder werken aan haar ambities voor het centrumgebied.

Het ondernemersfonds wordt een steeds structurelere manier voor ondernemend Utrecht om zelf regie te voeren op het economische klimaat in de stad. Mijn overtuiging is dat een dergelijk collectief fonds, als instrument onmisbaar is voor een goed vestigingsklimaat en een leefbare stad. Voor ons zaak om het fonds transparant te beheren en de afspraken die we met elkaar hebben gemaakt, ook na te leven.

Bij CMU is inmiddels een sterke organisatie ontstaan met wortels in de straten en bij de ondernemers. Wortels die een professionele uitvoering voeden en die leiden tot ongetwijfeld een nog aantrekkelijker centrum!

Kjeld Vosjan
Fondsmanager Ondernemersfonds Utrecht

Hoog Catharijne van 1960 tot 2019... samen pakken we door!



Hoog Catharijne was ooit een spiksplinternieuw fenomeen dat zowel bewondering als luid protest ocriep. Het is moeilijk voor te stellen hoe de wereld eruit zag toen Hoog Catharijne verrees. Een megaproject dat zijn weerga niet kende. Door verschillende aanpassingen ging het oorspronkelijke karakter van het gebouw steeds meer verloren.



Cas Oorthuys, Nederlands Fotomuseum

Hoog Catharijne ondergaat daarom de meest grondige metamorfose sinds de bouw: een moderne uitstraling en de leefbaarheid wordt vergroot. Mensen hebben interesse in de bouwactiviteiten en de rijke geschiedenis van deze centrale en geschiedkundig zeer interessante plek in de Utrechtse binnenstad. Tegelijkertijd maken we van Hoog Catharijne een fijne (ontmoetings-)plek waar je kunt afspreken, ontmoeten, werken, winkelen en geïnspireerd raken en bezoekers informeren over de verbouwing van het winkelcentrum.

Op de Radboudtraverse hebben we hier vorm aan gegeven in een bouwtheater. De Radboudtraverse biedt een fantastisch uitzicht op de bouwwerkzaamheden van de Catharijnesingel. Veel mensen blijven staan om te kijken waardoor er een soort bouwtoerisme op deze plek is ontstaan. Vanaf de theaterbanken kunnen bezoekers het schouwspel van hijskranen, zand verplaatsen en hardwerkende bouwvakkers aanschouwen.

In het Gildenkwartier bevond zich een lange lege bouwwand, een toepasselijk onderkomen voor een tijdelijke tentoonstelling over de geschiedenis van Hoog Catharijne. Met veel herkenbaar en historisch beeld* voorzien van korte informatieve teksten en quotes. Dagelijks staan er veel mensen even stil, maken een praatje met elkaar, wisselen persoonlijke verhalen uit, wijzen dingen aan of eten gewoon al lezend een broodje.

CMU en Hoog Catharijne zetten zich samen in om het centrum van Utrecht nog mooier en bereikbaarder te maken. Wij zijn daar trots op, en daarom pakken we nu door!

* met dank aan Het Utrechts Archief



Aanvragen en toekenningen in 2014

Alle belangenverenigingen die onder de paraplu van CMU vallen kunnen aanspraak maken op financiering uit Ondernemersfonds Utrecht. De aanvragen hiervoor verlopen via CMU. Een overzicht van de financieringstoekenningen van afgelopen jaar en een aantal initiatieven uitgelicht.

Naam aanvrager	Initiatief	Toegekende bijdrage
Stichting Café Theater Festival	Bijdrage aan Café Theater Festival	€ 5.500,-
Vereniging Grachtenstegen	Bijdrage aan informatieborden grachtstegen	€ 3.000,-
Cultfest	Cultfest	€ 10.000,-
Hoteloverleg Stad Utrecht - HOST	Bijdrage aan de Open Tuindag	€ 2.500,-
Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier	Organisatie Trunksale Stadhuiskwartier	€ 5.000,-
Ondernemersvereniging Twijnstraat	Markten: De 4 seizoenen van de Twijn	€ 6.000,-
Ondernemersvereniging Zadelstraat	Promotiejaarplan Zadelstraat	€ 19.000,-
Voorstraat we go hard	Koopavond Voorstraat	€ 5.000,-
SUM	Organisatie Smartlappenfestival	€ 12.000,-
Vredenburg Noord	Openingsactie en evenementen Vredenburg Noord	€ 7.000,-
Collectief Springweg	Evenementen en acties Springweg	€ 1.750,-
Domkwartier	Promotie Domkwartier	€ 8.310,-
Zuidelijk Museumkwartier	Promotie Zuidelijk Museumkwartier 2013/2014	€ 8.050,-
Voorstraat we go hard	Stock en Sample Sale	€ 3.600,-
Kunstmarkt/Uitgekookt	Kunstmarkt/Uitgekookt	€ 10.000,-
Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier	Filmevenement Stadhuiskwartier tijdens NFF	€ 4.500,-
Ondernemers die deelnemen aan PUHA's shoproute	Shoproute door het centrum	€ 5.416,-
Aanvraag Fair Fashion Festival	Fair Fashion Festival	€ 2.000,-
Aanvraag Cofinanciering Winterplaza	Schaatsbaan op de Neude	€ 8.500,-
Aanvraag Cofinanciering Le Mini Who	Muziek en activiteiten in winkels tijdens Le Guess Who	€ 3.500,-
Kerstmarkt Twijnstraat	Kerstmarkt in de Twijnstraat op 14 december	€ 5.000,-



Utrechtse Kunstmarkt en UitgeKookt op het Plein op hun plaats op het Janskerkhof

Niets is leuker dan terugkijken op iets dat geslaagd is. Niet omdat ik het als organisator mijn plicht vond om afgelopen jaar weer de kunstmarkt terug te brengen naar de plek waar hij hoort: het Janskerkhof, één van de mooiste stadspaleizen in Utrecht.

Janskerkhof

Waarom? Laten we niet vergeten dat er vijftig jaar lang een kunstmarkt op het Janskerkhof is geweest, maar vooral ook omdat dit evenement daar past. In de schaduw van de Janskerk, onder de bomen waar kunst in welke vorm dan ook prachtig tot zijn recht komt. Dat vinden niet alleen de deelnemende kunstenaars en ik, maar vooral ook de bezoekers.

Omarmd

Samen met Jaap Roel (galerie Kuup), Jan Juffermans (galerie Juffermans) en Jeroen Hermkens (onze stadsschilder) hebben we een potentie gecreëerd die alleen maar kan groeien. Mede door de bijdrage van CMU konden we dit realiseren. CMU neemt hier een zeer positieve verantwoordelijkheid. Daarnaast heeft ook de gemeente Utrecht deze nieuwe vorm van kunstmarkt omarmd. Mede namens alle deelnemende kunstenaars en bezoekers spreek ik dan

ook de wens uit dat de gemeente Utrecht en CMU dit prachtige initiatief van ons allen, blijft ondersteunen.

UitgeKookt op het Plein

Omdat verbinden en aansluitingen zoeken met bestaande initiatieven, elkaar versterken en ook geld bespaart, vond ik het belangrijk om met dezelfde logistiek (onder meer tentjes, stroom water, toiletvoorzieningen) het weekend daarop UitgeKookt op het Plein te organiseren. Dit bespaarde niet alleen kosten maar het versterkte elkaar ook. Tenslotte is eten een noodzaak, maar koken een kunst!

Culinaire kunsten

Een nieuwe locatie vroeg ook om een andere aanpak en een nieuwe titel. Het was wel belangrijk dat we nu lokaal gingen in breedste zin van het woord. Nog steeds culinair, maar meer stadsgericht met (culinaire) ondernemers die 'Utrecht zijn en uitdragen'. Vier dagen lang presenteerden onder meer acht Utrechtse restaurateurs hun culinaire kunsten onder de schaduw van de Janskerk aangevuld met lokale ondernemers. Omlijst door muziek en kunst. Vrij toegankelijk voor iedereen! UitgeKookt op het Plein is geboren.

Sidney Rubens
Restaurant Brass
Organisator UitgeKookt





Puha Shop Route

Afgelopen jaar hebben ondernemers in de Voorstraat, mede dankzij CMU een herdruk kunnen doen van de derde editie van de Puha Shop Route. Eerder was al een oplage van 20.000 uitgebracht.

Utrechtse ondernemers uit de creatieve en culturele sector moeten met de Puha Shop Route meer zichtbaar en vindbaar worden voor bezoekers van onze mooie stad. Creatieve dagjesmensen en cultuurliefhebbers van binnen en buiten Utrecht moeten het culturele niet-mainstream aanbod op eenvoudige wijze kunnen ontdekken met de papieren versie, online versie en Puha's Shop Route App.

De Puha Shop Route wordt onder de vijftig deelnemers en bij hotels, vvv en musea uitgegeven. Dankzij de shoprouten worden de deelnemende ondernemers meer bezocht door Utrecht-bezoekers. PSR wordt jaarlijks uitgebracht en is dus een terugkerend initiatief.

Voorstraat Stock & Sample Sale

Mede dankzij CMU hebben diverse ondernemers vorig jaar in februari uit de Voorstraat een gezamenlijk actie weekend gehouden: Voorstraat Stock & Sample Sale.

Met het door CMU toegekende budget is de vormgeving van drukwerk, posters, flyers, de vlaggen, tassen en vlaggenstokhouders bekostigd. Voorstraat Stock & Sample Sale is een terugkerend initiatief en vindt twee keer per jaar plaats.





TivoliVredenburg werd in 2014 geopend door de koning: op de voorgrond van de foto de uitbreiding van de Vredenburggarage én een nieuwe entree voor Hoog Catharijne in aanbouw. Zwevend door de lucht; een deel van de hoofdepoort van Kasteel Vredenburg. De poort wordt voor het eerst sinds de 16^e eeuw weer zichtbaar gemaakt en krijgt een plek in de nieuwe garage. De garage gaat open in 2016.

Drie jaar CMU...

Samen werken aan het centrum

De afgelopen drie jaar hebben we in het centrum belangrijke stappen genomen die bijdragen aan het economisch functioneren van het centrum. Nu afgelopen jaar het stadsbrede ondernemersfonds met vijf jaar is verlengd, is het voor ons ook mogelijk om plannen te maken voor de langere termijn. Daar starten we al mee in 2015. Hoe de plannen er globaal uitzien? Een overzicht.



Samenhang in Citymarketing

In 2015 is de basis gelegd voor een gezamenlijk 'verhaal' voor Utrecht als onderligger voor (city)marketingactiviteiten. Samen met Toerisme Utrecht, Córío, Rabobank, Koninklijke Jaarbeurs, Economic Board Utrecht, gemeente Utrecht, Stichting Utrechtse Musea, Stichting Cultuurpromotie Utrecht en Utrecht Science Park werken we binnen het Utrecht Brand Network het 'verhaal' verder uit en bouwen volgens een coalitiemodel aan een organisatie die de komende jaren in verschillende coalities samen gaat werken aan de bewijsvoering van dit 'verhaal'. In 2015 geven we ook een vervolg aan de bezoekerscampagne Echt Utrecht. In het voorjaar met extra aandacht voor de Tour de France, in het najaar met extra aandacht voor Winter Utrecht en de stadsbrede Kerstmarkt.

Onderzoek

We hebben ons de afgelopen jaren met onze samenwerkingspartners ingespannen om bestaand onderzoek te bundelen in een centrummonitor. In 2015 vinden door STRABO opnieuw de tweejaarlijkse fysieke passantentellingen plaats in het centrum die worden gecombineerd met een uitgebreid passantenonderzoek. Daarnaast hebben we samen met de gemeente Utrecht bij BRO en Placemaker een onderzoek uitgezet dat moet leiden tot een ruimtelijk strategische agenda voor de komende jaren en de kwartieren in het centrum een kapstok moet bieden bij zowel het versterken en uitdragen van hun unieke signatuur als het vergroten van de synergie tussen de verschillende kwartieren in het centrum.

Meer sturing en overleg bij het invullen van beschikbare ruimte

De komende jaren willen we samen met makelaars, ondernemers, gemeente en eigenaren werken aan actievere sturing bij het invullen van beschikbare (winkel)ruimte in de verschillende kwartieren. Hierbij past ook een actievere plan dat we kunnen hanteren bij invulling van tijdelijke leegstand. Insteek hierbij is een mix van tijdelijke invulling (pop-up, expositie) en het beplakken van etalageruimte.



Versterken van organisatiegraad en samenwerking

Wij blijven werken aan het versterken van de organisatiegraad van en de samenwerking tussen de ondernemers in het centrum. Het afgelopen jaar hebben we ingezet op de verschillende kwartieren die we in het centrum kunnen onderscheiden. Dit jaar willen we de ondernemers in de verschillende kwartieren voorzien van middelen die nodig zijn om deze gebieden beter te organiseren en te presenteren. We zetten in op onderzoek naar de signatuur van de verschillende kwartieren, willen ze de basis bieden om zichzelf sterk te organiseren en deze informatie op langere termijn ook gebruiken voor het gerichter sturen van ondernemerschap, acties en evenementen in deze gebieden. Samen met de gemeente Utrecht en het ondernemersfonds willen we verder bouwen aan een solide database van huurders en eigenaren in het centrum. Dat maakt het voor ons makkelijker om te communiceren per branche, per kwartier of juist centrumbreed wanneer dit nodig is. Op deze manier kunnen we straks iedereen in het centrum nog beter voorzien van die informatie die relevant is. Daarnaast helpt het ook om partijen nog dichter bij elkaar te brengen. In het Museumkwartier, het Universiteitskwartier en het Domkwartier is hier afgelopen jaar al een goede start mee gemaakt. In 2015 werken we dit verder uit voor deze kwartieren en voor het Vredenburgkwartier.

Beleving en de openbare ruimte

In het vorige jaarverslag stonden we al stil bij het bieden van beleving in binnensteden. Nu afgelopen jaar het Utrecht Free Wi-Fi netwerk is gerealiseerd in het centrum, willen we in 2015 samen met ondernemers en gemeente inzetten op het actief gebruik van dit netwerk om het de bezoeker van het centrum zo aangenaam mogelijk te maken en de ontwikkeling van nieuwe diensten te stimuleren. Daarnaast worden het komende jaar ook weer een aantal straten en pleinen opnieuw ingericht. Na de Korte Jansstraat en Domstraat volgen in 2015 onder meer de Schoutenstraat en een deel van de Neude. Daarnaast wordt gestart met de herinrichting van de Mariaplaats, de Twijnstraat en de Zadelstraat. Door deze plekken opnieuw in te richten dragen we bij aan een positievere beleving van deze gebieden. Met de groei voor ogen die Utrecht op dit moment doormaakt, maken deze ingrepen deze gebieden gereed voor een intensiever én plezieriger gebruik door ondernemers, bezoekers en bewoners. Samen met de gemeente Utrecht, Córío en de marktondernemers zetten we ook in op het verbeteren van de Utrechtse markten om bezoekers te verleiden tot een (langer) bezoek aan het centrum.



Vindbaarheid

In 2015 worden de resultaten van de notitie over vindbaarheid die we samen schreven met Toerisme Utrecht, namens onder meer Platform Ondernemend Utrecht, het Utrecht Science Park en HOST, zichtbaar op straat. Onder meer door het opschonen van de overbodige en achterhaalde bebording maar ook door de nieuwe borden van het Parkeer Route Informatie Systeem (PRIS). Daarnaast werken we met de gemeente Utrecht en Toerisme Utrecht aan het optimaliseren van de digitale informatie over bereikbaarheid. In 2015 wordt ook gestart met het ontwikkelen van een huisstijl Vindbaarheid waarbij de gebiedsindeling in kwartieren als basis dient. Daarnaast blijven we ons hard maken voor heldere en tijdige communicatie richting ondernemers en bezoekers bij werkzaamheden.



Evenementen

In 2015 is Utrecht de gaststad voor het grootste jaarlijkse sportevenement ter wereld: de Tour de France. Een prachtige kans om Utrecht op zijn best te laten aan de hele wereld. CMU speelt graag een rol bij het aankleden van het centrum en nodigt ondernemerscollectieven uit om met cofinancieringsaanvragen te komen voor de realisatie van de initiatieven die zij willen ontplooiën. Naast dit evenement staat 2015, als het aan CMU ligt, natuurlijk ook weer in het teken van prachtige ondernemersinitiatieven en jaarlijks terugkerende evenementen zoals St. Maarten en de Sinterklaasintocht. Ook geven we met alle betrokken partijen, na een grondige evaluatie, een vervolg aan de stadsbrede Kerstmarkt als stok voor de paraplu Winter Utrecht.

Kennisoverdracht

Dit najaar willen we voor ondernemers in het centrum een aantal bijeenkomsten organiseren om kennis te delen, te assisteren en te inspireren. Denk hierbij op dit moment aan thema's als: New Business, Bricks & Clicks en Hospitality. Zo willen we ondernemers helpen bij de verschillende uitdagingen die zij tegenkomen bij het voeren van een onderneming in een centrum dat volop in beweging is met bezoekers die steeds meer verwachten.

Hospitality

CMU blijft werken aan een gastvrije stad die schoon, heel, veilig en aantrekkelijk is en daarmee uitnodigend voor bezoekers. Een belangrijk instrument hierbij blijft het Keurmerk Veilig Ondernemen. In 2015 wordt opnieuw een veiligheidsenquête afgenomen die inzicht moet bieden in de verbeteringen die we de komende jaren op deze gebieden nog kunnen behalen. Om een goed beeld te krijgen is medewerking van alle ondernemers van groot belang. Samen met Toerisme Utrecht werken we ook aan het verbeteren van de gastvrijheid via gastvrijheidssessies die worden georganiseerd het komende jaar. Net als de afgelopen drie jaar, investeren we samen met het wijkbureau Binnenstad opnieuw in hanging baskets. Deze bloembakken worden dit jaar speciaal voor de Tour de France voorzien van wit-gele bloemen. De sfeerverlichting in het centrum moet op termijn worden vervangen. Dit moet gezien de investering gebeuren via een openbare aanbesteding, in 2015 zullen we deze samen met de gemeente en ondernemers voorbereiden zodat we deze in 2016 uit kunnen zetten.



**KEURMERK
VEILIG
ONDER-
NEMEN**

Strategische samenwerking

Samen met de ondernemers en partijen maken we het centrum. Nu het ondernemersfonds met vijf jaar is verlengd, biedt dit ons ook de kans om met de gemeente Utrecht te werken aan een strategisch programma dat verder reikt dan een collegeperiode. Dit programma is wat ons betreft voor beide partijen niet vrijblijvend. In onze ogen is het nodig zaken goed met elkaar af te spreken en elkaar ook af te kunnen rekenen op gemaakte afspraken.

Financieel overzicht 2015

Inkomsten	
Trekkingsrecht 2015	€ 715.000,00
Inhouding 10%	€ 71.500,00
Bijdrage OfU	€ 40.040,00
	€ 603.460,00
Uitbetaling inhouding 2014	€ 71.500,00
	€ 674.960,00
Nacalculatie 2014	€ 49.000,00
	€ 723.960,00
Bijdrage 2015 Belangenvereniging HC	€ 27.000,00
Te besteden 2015	€ 750.960,00

Uitgaven	
<i>Bestuurskosten</i>	
Voorzitter	
Jaarconferentie	
Algemene kosten	
Verzekeringen	
	€ 26.000,00
<i>Binnenstadsbrede activiteiten</i>	
Centrummanager	
Bijdrage bezoekerscampagnes, St. Cultuurpromotie, St. Maartensviering, St. Stadsontspanning, Campagnes ism HC	
	€ 244.000,00
<i>Ondersteuning op straatniveau en initiatieven</i>	
Feestverlichting, Energiekosten verlichting	
Hanging baskets	
Bijeenkomsten met kwartieren	
Winter Utrecht - Kerstmarkt Utrecht	
Aanvragen straatactiviteiten en -initiatieven	
	€ 326.000,00
<i>Communicatie</i>	
	€ 32.500,00
<i>Advies en onderzoek</i>	
	€ 40.000,00
<i>BTW</i>	
	€ 45.057,60
<i>Diversen</i>	
Nog niet bestemd	€ 37.402,40
Totaal	€ 750.960,00

CMU zet zich in voor een ondernemende en vitale binnenstad die economisch optimaal functioneert en waar het prettig is om te zijn. CMU ondersteunt ondernemersverenigingen, doet aan promotie en marketing, zorgt voor feestverlichting en hanging baskets en neemt initiatieven die leiden tot verbetering van de openbare ruimte en de bereikbaarheid.



Colofon

Deze extra nieuwsbrief Centrummanagement Utrecht verschijnt eenmalig en is een uitgave van Centrummanagement Utrecht (CMU), een samenwerkingsverband van: • Vereniging van Commercieel Onroerend goed eigenaren Utrecht Centrum • Stichting Utrechts Museumkwartier • Grootwinkelbedrijven centrum Utrecht • Koninklijke Horeca Nederland • Ondernemersverenigingen binnenstad Utrecht • Belangenvereniging Hoog Catharijne

Hebt u vragen of opmerkingen aangaande CMU? Neemt u dan via onderstaande gegevens contact met ons op. Uw reactie wordt gewaardeerd.

Postadres

Postbus 17
3454 ZG De Meern
06-39719777
info@cmutrecht.nl
www.cmutrecht.nl

Concept, realisatie Eindredactie en Coördinatie

Thijs-Jan Lanning
(Lawine Communicatie)

Vormgeving

Annelies van Roosmalen
(DTP-Express)

Fotografie

Thijs-Jan Lanning, Rebke Klokke,
Hanne Nijhuis, Babet Hogervorst,
Jelmer de Haas, Luuk Huiskes

Met dank aan

Carlijn Leenders, Susanne Canisius,
Kjeld Vosjan, Femke van Vlokhoven,
Jacques Blommendaal,
Wietske Walhout-Van Soolingen,
Helen Okkerman,
Jeroen Roose-Van Leijden