



1 jaar CMU... en verder

**Samen onderweg naar  
de nieuwe binnenstad**



# In dit nummer:

Snelle leerling	3
Dank voor de ontvangst van CMU!	4
Ondernemersfonds Utrecht maakt samenwerking CMU financieel mogelijk	5
HC en CU aan de wieg van CMU	6
De stand van zaken...	7
Utrecht Te veel te leuk voor één dag	8
Vanuit de horeca bekeken...	9
Aanvragen en toekenningen in 2013	10
Een jaar CMU... en nu 2013 en verder!	12
Financieel overzicht 2013	15



# Snelle leerling

Het gebeurt niet vaak dat ik een verjaardagswoord schrijf voor een eenjarige. Normaal gesproken is een jaarling nog niet toe aan lezen. Centrummanagement Utrecht (CMU) toont zich echter een snelle leerling. Daarom schrijf ik dan ook graag een inleidend woord in deze bijzondere uitgave van de CMU-nieuwsbrief.

De gemeente Utrecht is nog steeds erg gelukkig met de oprichting van de stichting Centrummanagement Utrecht een jaar geleden. Als vierde stad van ons land mogen we er trots op zijn dat de gezamenlijke ondernemersverenigingen in de historische binnenstad, de belangenvereniging Hoog Catharijne, het grootwinkelbedrijf, de horeca, de Stichting Utrechts Museumkwartier, de Kamer van Koophandel Midden-Nederland en de eigenaren van commercieel onroerend goed hun krachten hebben gebundeld ter versterking van de economische vitaliteit van onze binnenstad.

In korte tijd heeft CMU laten zien waartoe het in staat is. Zonder volledig te willen zijn noem ik het uitbreiden van de feestverlichting in de binnenstad, het – in samenwerking met Toerisme Utrecht – opzetten van een imagocampagne voor de stad en het mogelijk maken van talrijke initiatieven van ondernemersverenigingen.

Ik constateer dat CMU veel energie steekt in de relatie met de gemeente, met name waar het gaat om bereikbaarheid en het gebruik van de openbare ruimte. Vanzelfsprekend komt CMU daarbij op voor de belangen van de ondernemers. Deze nauwe samenspraak tussen gemeente en CMU is noodzakelijk voor een economisch goed functionerende binnenstad. Het is goed om te merken dat CMU, Toerisme Utrecht, Stichting Cultuurpromotie Utrecht (SCU) en Stichting Utrechts Museumkwartier elkaar steeds beter weten te vinden.

Ik wens CMU een mooie eerste verjaardag toe.



Mr. A. Wolfsen  
Burgemeester van Utrecht



# Dank voor de ontvangst van CMU!

**Een jaar geleden, op 5 maart, belden Tom Broekman en ondergetekende omstreeks het middaguur aan bij de notaris om onze handtekening te zetten onder de oprichtingsakte van Centrummanagement Utrecht (CMU). Een half uur later gaf de notaris ons de hand en feliciteerde ons: CMU kan als zelfstandige stichting van start. De bezegeling van een driejarige periode van voorbereiding.**



Nu, een jaar later, is het goed om kort stil te staan bij wat er is bereikt en een blik vooruit te werpen op de nabije toekomst. Als bestuur hopen we dat velen op 4 maart de weg vinden naar Museum Speelklok tot Pierement om ons eenjarig bestaan te vieren.

In de eerste maanden besteedde het bestuur vooral aandacht aan organisatorische onderwerpen zoals het opstellen

van een begroting (noodzakelijk om ons trekkingsrecht op het Ondernemersfonds te kunnen uitoefenen), het vaststellen van de manier waarop ondernemersverenigingen aanvragen kunnen doen voor een financiële bijdrage voor hun activiteiten en het tot stand brengen van een website.

Er is een grote investering gedaan door het uitbreiden van de feestverlichting in de gehele historische binnenstad. Samen met Toerisme Utrecht is begonnen aan een tweejarige campagne om Utrecht meer onder de aandacht van bezoekers te brengen. Met de gemeente Utrecht zijn afspraken gemaakt over het doen van investeringen om de verblijfskwaliteit van de openbare ruimte in de historische binnenstad te versterken. Op dit moment wordt met de gemeente intensief overlegd over een integrale planning van werkzaamheden in de openbare ruimte zodat hierover tijdiger en met de juiste groep ondernemers kan worden gecommuniceerd. De bereikbaarheid van het centrum blijft in de komende jaren een urgent onderwerp. Gewerkt wordt aan het verbeteren van de routeaanduidingen naar en binnen het centrum. En binnenkort gaat de campagne rondom de koopzondagen van start. Hier ligt ook een goede mogelijkheid om de samenwerking met de culturele sector en de musea te versterken.

Namens het bestuur dank ik iedereen voor de enthousiaste manier waarop CMU is ontvangen en spreek ik de wens uit dat de samenwerkingsrelaties komend jaar verder worden verdiept.

Jacques Blommendaal  
Voorzitter CMU

# Ondernemersfonds Utrecht maakt samenwerking CMU financieel mogelijk

**In 2012 is na drie jaar opbouwwerk een stevige basis gelegd in de binnenstad voor collectiviteit. Met de komst van de stichting CMU is een goede samenwerking met een gezamenlijk belang structureel vastgelegd.**

Geen centrumgebied kan zonder een gezamenlijke aanpak. Allerlei binnenstadspartners, commercie & cultuur, gebruikers & eigenaren werken samen aan een betere binnenstad. Wat dat betreft was 1 januari 2012 een uniek moment. Nog niet eerder was er in Utrecht een structurele samenwerking in het gehele centrumgebied.

Die eerste januari in 2012 werd nog unieker door de komst die dag van een stadsbreed ondernemersfonds. Daarmee ontstond een solide financiële basis zodat CMU ook middelen heeft om echt zaken te doen.

Aan praatclubs over het algemeen geen gebrek. Met het ondernemersfonds draagt iedere ondernemer en eigenaar financieel haar steentje bij. Het geeft ondernemers de mogelijkheid om veel meer invloed uit te oefenen op hun eigen omgeving. En nergens is het gezamenlijke belang van de omgeving zo groot als in de binnenstad. Na het eerste jaar CMU is het tijd om te evalueren, het is voor ons allemaal nieuw. Wat gaat er goed en wat niet? Ligger we op koers, moeten we bij sturen? Naast het optimaliseren van bestaande processen, kunnen nu ook voorzichtig de vleugels worden uitgeslagen.

Aan een goede inbedding van de straatverenigingen, lokale herkenbaarheid voor een ondernemer is essentieel, wordt gewerkt. Een volgende fase is langzaam kijken naar de strategie en wellicht een groter gebied. Als we Utrecht centrum als één geheel willen profileren, moet er op zijn minst een samenwerking zijn die dit voor het gehele gebied coördineert en initieert. Dus de visie en strategie een stap verder brengen, zonder de lokale herkenbaarheid en eigenaarschap uit het oog te verliezen!

*"Ondernemers moeten zelf goed zorgen voor de unieke binnenstad die we in Utrecht hebben omdat we daarmee het onderscheid kunnen maken. Met behulp van Centrummanagement Utrecht hebben de binnenstadsondernemers al heel veel concrete zaken kunnen regelen in de historische binnenstad van Utrecht. Centrummanagement Utrecht is heel goed en hard nodig, zeker in deze economisch moeilijke tijden."*

Jan Willem van Dijk,  
voorzitter Stichting  
Ondernemersfonds Utrecht



## CMU en Ondernemersfonds Utrecht

De Stichting Ondernemersfonds Utrecht beheert het geld dat voor en door ondernemers is opgebracht en activeert hen om zich gebiedsgericht te organiseren en voor hun gebied bestedingsvoorstellen te maken. Hiervoor zijn ongeveer zeventig gebieden geformeerd zoals bedrijventerreinen en winkelgebieden. De stichting toetst of een bestedingsvoorstel past binnen het budget van het gebied en of het transparant en democratisch tot stand is gekomen. Het centrum, het gebied binnen de singels, is aangewezen als één collectief gebied, met uitzondering van Hoog Catharijne. Hoog Catharijne heeft een dergelijke financiële collectiviteit al geregeld in de vorm van een verplichte service- en promotiebijdrage. CMU is voor het gebied binnen de singels de overleg- en afstemtafel voor het bestedingsvoorstel van het fonds.

# HC en CU

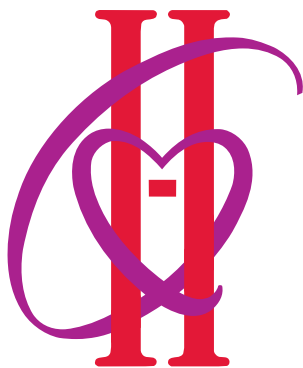
## aan de wieg van CMU

**Centrummanagement Utrecht is ontstaan als samenwerkingsverband tussen retail en horeca in Utrecht centrum. Onder de paraplu van CMU werkt de belangenvereniging van Hoog Catharijne nauw samen met ondernemersvereniging Centrum Utrecht. Beide partijen stonden aan de basis van CMU.**

Jacq Cornelissen, centermanager Hoog Catharijne: "Hoog Catharijne vindt de nauwe samenwerking tussen Utrechtse ondernemers erg belangrijk en heeft vanaf het begin in raad en daad meegewerkt aan de totstandkoming van CMU in Utrecht. Hoog Catharijne en de historische binnenstad zijn complementair aan elkaar. Door de intensieve samenwerking in CMU versterken we elkaar en zetten we Utrecht als geheel sterker neer."



***"Gezamenlijk heeft Utrecht veel meer trekkracht en dat is gebleken met de komst van 52 koopzondagen!"***



Ondanks de nauwe samenwerking en deelname in CMU neemt Hoog Catharijne een bijzondere positie in. Het winkelcentrum kent één eigenaar en regelt zelf de financiële collectiviteit in de vorm van servicekosten en promotiebijdrage. Zaken als feestverlichting, schoonmaak en beveiliging organiseren worden hiermee bekostigd. Toch heeft HC een zetel in het bestuur van CMU en participeert naar rato mee in de zaken die gemeenschappelijk worden opgepakt. Het samen optrekken in de aanloop naar 52 koopzondagen, de gezamenlijke campagne om Utrecht op de kaart te zetten en aansluiting zoeken met events in de binnenstad, is van groot belang voor HC. Het winkelcentrum denkt en werkt dan ook graag mee.



# De stand van zaken...

Door Jeroen Roose, centrummanager

## 2012 in vogelvlucht...

**Centrummanagement Utrecht staat sinds een jaar op eigen benen. Een jaar waarin we actief bijdroegen aan een economisch florerende binnenstad waar het prettig is om te verblijven en waarin we veel hebben gedaan aan aankleding.**

Hanging baskets, uniforme sfeerverlichting, voor het eerst feestelijk tijdens de St. Maartenviering ontstoken uniforme feestverlichting, verlichte kerstbomen op markante plekken in de binnenstad en op sommige plekken weer boomverlichting terwijl in andere bomen nieuwe verlichting werd aangebracht. Ook kreeg CMU een nieuw gezicht met een nieuw logo, nieuwsbrief en website. Samen met de ondernemersverenigingen in de binnenstad maakten we weer een aantal prachtige evenementen mogelijk via (co)financiering door het Ondernemersfonds Utrecht.

Graag benadruk ik hier het multipliereffect van het ondernemersfonds. We werken hiervoor samen met verschillende partijen in de binnenstad. De imagocampagne samen met Toerisme Utrecht is hier een mooi voorbeeld van. Met een investering van € 100.000,- uit het fonds realiseerden we met een bijdrage van Toerisme Utrecht, Utrechtse musea en nog wat andere partijen uiteindelijk een campagne van € 250.000,-. Andere voorbeelden zijn de St. Maartenviering, de Culturele Zondag Kijken, Kijken, Kopen, de hanging baskets samen met de gemeente Utrecht en de initiatieven van ondernemersverenigingen die naast het fonds vaak ook nog vanuit andere bronnen worden gefinancierd.

2013 wordt een mooi jaar waarin we ondernemers meer opzoeken en kennis delen over digitalisering en de mogelijkheden die het nieuwe winkelen biedt. Met de Vrede van Utrecht en het European Youth Olympic Festival staan een aantal prachtige evenementen op het programma waar wij ons bij willen aansluiten, de zichtbaarheid willen vergroten in de binnenstad en ondernemers(verenigingen) faciliteren in het zoeken naar samenwerking met deze evenementen.

Kortom, ik weet zeker dat we elkaar komend jaar steeds beter weten te vinden en samen blijven werken in en aan deze prachtige binnenstad. Tot ziens in de binnenstad!



# UTRECHT *Te veel te leuk voor één dag*

*Succesvolle imagocampagne met Toerisme Utrecht*

**Eind 2012 voerde Toerisme Utrecht in samenwerking met onder meer CMU de campagne 'Utrecht te veel te leuk voor een dag'. De uitingen waren te zien op abri's in de provincie, op beeldschermen op grote stations in Nederland en online. Onderzoek van media-inkoopbureau Stroom heeft laten zien dat de campagne goed is opgemerkt door de doelgroep.**

In de provincie merkte 37 procent van de mensen tenminste één van de uitingen op en buiten de provincie twintig procent. De boodschap van de campagne, Utrecht heeft veel te bieden, bezoek Utrecht, kwam duidelijk over en de drie pijlers: winkelen, cultuur en horeca kwamen evenredig naar voren.

Verder blijkt dat de relatief korte campagne heeft bijgedragen aan het onderhoud van het imago van Utrecht. Het versterken daarvan heeft meer tijd nodig, maar het imago van de stad is over het algemeen al goed. Utrecht staat voor de doelgroep na Amsterdam op de tweede plaats als meest aantrekkelijke vrijetijdsbestemming voor winkelen, horeca en cultuur en evenementen. Dat is dus boven Rotterdam en Den Haag. Dit geldt zowel voor bewoners van de provincie Utrecht als voor mensen buiten de provincie.

De intentie van provinciebewoners om Utrecht te bezoeken is hoog. 69 procent wil Utrecht zeker

bezoeken en 25 procent misschien. Buiten de provincie is die wil wat lager (36 procent zeker, 44 procent misschien) maar de bezoektententie is tijdens de campagnetijd wel gestegen met negen procent.

In 2013 wordt de campagne in dezelfde lijn voortgezet met vier campagneperioden in april, juni, september en november/december. Het budget wordt maximaal ingezet op media-inkoop (doel: 75 procent media/25 procent creatie). Verder werken we aan een betere zichtbaarheid van de campagne in de stad en de (snelwegen) ring rondom de stad. Toerisme Utrecht zal de leden van CMU op de hoogte houden over de campagne.



"CMU bestaat pas een jaar. In deze twaalf maanden zijn er weliswaar mooie successen geboekt maar wat Toerisme Utrecht vooral waardeert is dat er structureel een platform wordt geboden waarop diverse partijen uit bedrijfsleven, cultuur, toerisme en overheid elkaar op een constructieve en praktische wijze vinden. Aldus wordt de gastvrijheid van Utrecht binnen de singels nog beter op de kaart gezet en dat is hard nodig in een tijd van teruglopende bestedingen." (Ronald Trum, directeur Toerisme Utrecht)



# Vanuit de horeca bekeken...

Door Leo Hollman, operationeel directeur Grand Hotel Karel V

## Zelfkennis behoedt voor ijdelheid

**Om te beginnen maar eens een welgemeend: proficiat! Mooi om na zo vele jaren van 'net niet' te mogen constateren dat Centrummanagement Utrecht leeft en al aardige succesjes boekte. De energie die hier vrij komt, houdt mooi gelijke tred met menig ander initiatief om Utrecht nog spannender te maken.**

Wat met name erg aanspreekt en wat mij betreft een definitieve wending in de Utrechtse samenwerking betekent, is het geloof. Niet meer alleen lullen maar ook echt (schoon) poetsen.

Of het nu Utrecht Internation(al), De Vrede van Utrecht, de Tour de Francepitch, Koopzondagen, Duurzame Hospitality, Gastvrijheid van Utrecht of talloze andere inspanningen betreft, het werpt vruchten af, zoete vruchten. Succesvolle samenwerkingen die zijn ontstaan uit onvrede van eerdere gemiste kansen.

Misschien allemaal wat minder megalomaan dan Culturele Hoofdstad maar we kunnen zo langzamerhand niet meer ontkennen dat Utrecht 2018 hiervoor



de bakermat is geweest. In al die jaren samenwerking in Utrecht mag ik dat wel stellen. Als Don Quichot niet in Spanje was blijven ronddolen dan was Utrecht zeker een goed alternatief geweest. En waarom het nu wel lukt?

Met Centrummanagement Utrecht heeft de stad een prachtig wapen dat naar ieders hand gesmeed kan worden. Nu de stoeltjes kwalitatief goed bezet zijn en de taken verdeeld, heb ik er in elk geval weer veel zin in om mij te blijven inzetten voor de goede zaak, en dat zijn geen, gelukkig, geen windmolens meer!



# Aanvragen en toekenningen in 2013

Met de oprichting van Ondernemersfonds Utrecht kunnen alle belangenverenigingen die onder de paraplu van CMU vallen aanspraak maken op financiering uit dat fonds. De aanvragen hiervoor verlopen via CMU die als trekkingsgerechtigde een deel van de gelden uit het fonds beheert. Een overzicht van de financieringstoekenningen van afgelopen jaar en de reacties van een aantal belangenverenigingen.

Naam	Initiatief	Toegekende bijdrage
Ondernemersvereniging Oudkerkhof	Twee edities van de Rode Loperdagen	€ 11.780,00
Ondernemersvereniging Twijnstraat	Streekmarkten en Kerstmarkt	€ 14.728,00
Collectief Springweg	Website en folder	€ 2.535,00
Stichtse Boulevard	Organisatie festival	€ 13.500,00
Stichtse Boulevard	Boek	€ 4.174,95
JKH Noordwest	Kerstmarkt	€ 2.000,00
Ondernemersvereniging Zadelstraat	Sinterklaas en Kerst-activiteiten	€ 5.850,00
Ondernemersvereniging Zadelstraat	Winkelplattegrond	€ 2.343,60
Ondernemersvereniging Oudkerkhof	Sinterklaas en Kerstactiviteiten	€ 9.000,00
Ondernemersvereniging Twijnstraat	Boomverlichting (3)	€ 4.050,00
Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier	Boomverlichting Ganzenmarkt	€ 7.740,00
Ondernemersvereniging Zadelstraat	Boomverlichting (5)	€ 8.500,00
Ondernemersvereniging Centrum Utrecht	Boomverlichting (12)	€ 7.500,00
Revenge@poortvanvredeburg	De huiskamer van Utrecht	€ 750,00

## Ondernemersvereniging Oudkerkhof

Thomas Oeben (Chasen's), "Het Oudkerkhof heeft zich afgelopen jaar weer gepresenteerd als mooiste winkelstraat van Utrecht tijdens de "Rode Loper Dagen", waarbij de rode loper letterlijk wordt uitgerold voor héél Utrecht! Dankzij het ondernemersfonds hebben er ook nog sfeervolle activiteiten plaatsgevonden in december, wat heeft geresulteerd in een nominatie voor Meest Sfeervolle Winkelstraat van Nederland!"



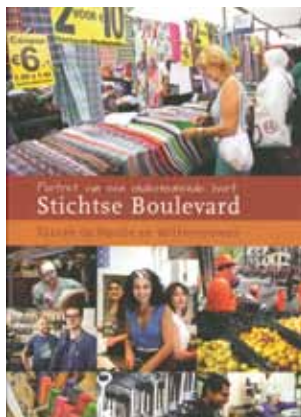


### Ondernemersvereniging Twijnstraat

Mark Bennink (Sector 3): "Afgelopen jaar hebben wij met ondersteuning van CMU de Streekmarkt Twijnstraat verder uitgebouwd tot een begrip binnen Utrecht met als hoogtepunt de afgelopen kerstmarkt. Ook de ondersteuning voor het op de kaart zetten van het Zuidelijk Museumkwartier is voor ons heel belangrijk geweest."

### Ondernemersvereniging De Stichtse Boulevard

Rutger van Dillen (Your Style Borduurservice): "Met hulp van CMU hebben we de huidige stand van de buurt vastgelegd in een boek. Hierin worden ondernemers, bewoners en andere betrokkenen aan het woord gelaten. Het boek geeft perfect weer in wat voor een buurt wij ondernemen en wonen. Daarnaast hebben we afgelopen zomer een gezellig festival georganiseerd voor en door de buurt. Dit alles met uitsluitend ondernemers en bewoners uit de buurt. Het grotere publiek kon zo eenvoudig kennis maken met onze buurt. En voor de buurt een mooi podium om de diversiteit en creativiteit te tonen."



### Ondernemersvereniging Zadelstraat

Arjan ten Pas (Keck en Lisa): "Wij zijn goed in aardigheidjes uitdelen op straat en daar gaan we mee door tijdens speciale dagen als moederdag, vaderdag en pasen. Daarnaast gaan we goodiebags maken waarbij klanten naar andere winkels worden getrokken of in horeca een consumptie tegen gereduceerd tarief kunnen nuttigen. Uit het Ondernemersfonds vragen we geld aan voor activiteiten als Live Muziek op en rond de Zadelstraat. Ook willen we mee gaan doen met onze website en facebookpagina."



# Een jaar CMU... en nu 2013 en verder!

Na een opbouw van drie jaar, bestaat de stichting Centrummanagement Utrecht nu een jaar. Een jaar waarin we veel hebben bereikt, bruggen hebben geslagen, initiatieven hebben genomen en plannen hebben gemaakt om de positie van het Utrechtse centrum te verstevigen en uit te bouwen. CMU wil een verbindende schakel zijn tussen de verschillende partijen die opereren in ons mooie centrum. Hoe zien onze plannen er uit voor 2013 en daarna? Een overzicht.



## Samenwerken

CMU zet zich verder in voor het versterken van de samenwerking tussen de ondernemersverenigingen in de binnenstad. Daarnaast zijn een aantal gebieden aan te wijzen waar ondernemers zich verenigen, of al verenigd zijn maar veelal niet in actief verenigingsverband. De database met adressen die is opgezet wordt in 2013 opnieuw geactualiseerd. CMU gaat hierbij kijken wat te doen met gebieden waar (nog) geen vorm van organisatie bestaat en wat te doen met groeperingen die niet vertegenwoordigd zijn binnen CMU zoals zakelijke dienstverleners, maatschappelijke organisaties, onderwijs en ZZP'ers.

## Economische Visie

Samen met onze strategische partners schrijven we in 2013 een actuele economische visie 2014-2018 voor de binnenstad die niet alleen richting en sturing geeft aan de verschillende projecten van CMU maar ook aan de projecten van de gemeente Utrecht en de overige strategische partners. Prioriteiten hierbij zijn: een volledige integrale herinrichting van de hele binnenstad; het versterken van de organisatiekracht; de samenwerking tussen ondernemers en eigenaren en het verbeteren van de onderlinge communicatie; het verbeteren van de bereikbaarheid en parkeergelegenheid in de binnenstad voor alle vervoerswijzen.



## Promotie en marketing

In 2013 vervolgen we in samenwerking met Toerisme Utrecht de bezoekerscampagne Utrecht Teveel, te leuk voor één dag. Daarnaast willen we meer aandacht en middelen besteden aan de promotie van de momenten waarop de binnenstad 'open' is. Hierbij zoeken we samenwerking met Hoog Catharijne en Toerisme Utrecht.

Eind maart organiseren we voor een select aantal winkelvestgoedprofessionals een 'city masterclass' waarbij we verschillende projecten presenteren die lopen in de Utrechtse binnenstad. Daarnaast brengen we potentiële projecten onder de aandacht. Het vakblad Retailvisie besteedt uitgebreid aandacht aan deze masterclass en aan de Utrechtse projecten.

**TOERISME  
UTRECHT**



## Evenementen

Samen met HC werken we zo veel mogelijk samen met de Stichting Cultuurpromotie aan Culturele Zondagen, zoals Kijken, Kijken, Kopen en zetten we de samenwerking met organisaties als het St. Maartenberaad, de stichting Stadsonspanning en de Vrede van Utrecht voort. Met HC, de binnenstadondernemers en de overige partners van CMU willen we evenementen stadsbreed presenteren en daarmee een hogere mate van bekendheid te realiseren onder één paraplu zoals dat ook is gebeurd met Winter Utrecht. Dat alles met een duidelijke evenementenkalender.

## Communicatie

We brengen onze nieuwsbrief vier keer per jaar uit en bouwen deze uit als medium voor alle ondernemers in de binnenstad. Daarnaast starten we in 2013 ook met de verspreiding van een digitale nieuwsbrief. Ter aanvulling vullen we de website [www.cm utrecht.nl](http://www.cm utrecht.nl) met relevante informatie voor zowel ondernemers als bezoekers. Dit jaar ook organiseren we vier inspirerende bijeenkomsten voor ondernemers om ze met elkaar in contact te brengen en te informeren over de werkzaamheden van CMU. In 2013 breiden we onze perscontacten verder uit.



## Bereikbaarheid

Via regulier overleg met de gemeente Utrecht en tijdens het bestuurlijk overleg willen we werken aan een binnenstad die zowel te voet, per fiets, met het openbaar vervoer maar ook met de auto goed bereikbaar is. Daarnaast werken we aan een helder routingssysteem dat bezoekers snel en overzichtelijk van en naar de binnenstad leidt.

Via de hinderplanningen en lijsten van de afdeling bereikbaarheid willen we worden geconsulteerd en de mogelijkheid krijgen om te adviseren bij planning en uitvoering van werkzaamheden en wegomleidingen.

## Openbare ruimte

De centrummanager neemt deel aan het overleg Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) voor de binnenstad van Utrecht. Hier wordt gesproken over de pijlers schoon, heel, veilig en aantrekkelijk. Onder meer via dit overleg hebben we als CMU invloed op de afdelingen Toezicht & Handhaving, Stadswerken, Politie en Brandweer. In 2013 en verder willen we actief betrokken zijn bij de uitvoering van de deelplannen van het EIF en de besteding van de ALU-gelden. Via regulier overleg met de projectgroep Fietsen willen we een bijdrage leveren aan de oplossingen voor de fietsproblematiek in de binnenstad.





### **Sfeerverlichting**

De sfeerverlichting in de binnenstad wordt komend jaar verder uitgebreid om verbinding te leggen tussen de verschillende winkelgebieden in de binnenstad en HC. Daarnaast willen we op strategische plekken boomverlichting aanbrengen. Nu is er nog geen sfeerverlichting tussen het Wed en de Twijnstraat. Eerder zijn al plannen gemaakt om verlichting aan te brengen in de bomen of onder de bruggen. Het contract voor de huidige sfeerverlichting eindigt in 2014. Dit jaar wordt samen met de HKU gekeken naar toekomstige verlichting om mogelijk een typisch Utrechts tintje te geven aan de nieuwe sfeerverlichting.

### **Hanging baskets**

Afgelopen jaar heeft CMU samen met wijkbureau Binnenstad de plantenbakken in de binnenstad gefinancierd. Voor 2013 is weer geïnventariseerd waar deze bakken moeten worden opgehangen. Uitgangspunt hierbij is het visueel verbinden van de verschillende winkelgebieden in de binnenstad. Er wordt bekeken in hoeverre het haalbaar is om een uitbreiding te realiseren op die plaatsen waar nu nog geen bakken hangen. Er bestaat ook de mogelijkheid om de hanging baskets in de winterperiode te handhaven.



### **Samenwerking met andere organisaties**

CMU wil de samenwerking met strategische partners verder uitbouwen met partners als: Gemeente Utrecht, Toerisme Utrecht, Stichting Stadspromotie, Utrecht Development Board, Universiteit Utrecht, Hoge School voor de Kunsten, Kerken, Initiatief Domplein, Vrede van Utrecht, Provincie Utrecht, St. Maartensberaad, Stichting Stadsontspanning en Hoog Catharijne. Ook worden mogelijkheden tot cofinanciering onderzocht van CMU-projecten bij partijen als: Gemeente Utrecht, Rabobank, K.F. Heijnfonds, Oranjefonds, Toerisme Utrecht, Stichting Cultuurpromotie Utrecht en het VSB Fonds.

### **Kennis delen en het nieuwe winkelen**

CMU wil via praktische bijeenkomsten graag kennis delen met de ondernemers in de binnenstad, ondersteunen bij bijvoorbeeld de aankleding van winkel en etalage en hierbij inspelen op actuele evenementen. Daarnaast zetten we ook actief in op het gebruik van nieuwe media via een praktische training. Hiermee willen we samen met de ondernemers in de binnenstad graag de mogelijkheden van het nieuwe winkelen zo optimaal mogelijk benutten en stappen zetten richting het digitaliseren van de binnenstad. Meedenken met de gemeente welke rol stadsbrede wifi hierbij kan spelen.



# Financieel overzicht 2013

<b>Inkomsten</b>	
Trekkingsrecht 2013 Ondernemersfonds	€ 690.000,00
Inhouding 10%	€ 69.000,00
Bijdrage in kosten Stichting Ondernemersfonds Utrecht	€ 38.640,00
	€ 107.640,00
	€ 582.360,00
Uitbetaling inhouding 2012	€ 69.000,00
Bijdrage Belangenvereniging Hoog Catharijne	€ 27.000,00
	€ 678.360,00

<b>Uitgaven</b>	
<i>Bestuurskosten</i>	
Honorarium voorzitter	€ 15.000,00
Jaarbijeenkomst	€ 7.500,00
Algemene kosten	€ 1.000,00
Verzekeringen	€ 2.000,00
	€ 25.500,00
<i>Binnenstadsbrede voorzieningen en activiteiten</i>	
Centrummanager	€ 82.800,00
Bezoekerscampagne	€ 100.000,00
Promotie koopzondagen/-avonden	€ 20.000,00
Binnenstadsbrede activiteiten	€ 45.000,00
	€ 247.800,00
<i>Ondersteuning op straatniveau en initiatieven</i>	
Feestverlichting	€ 81.500,00
Hanging baskets	€ 30.000,00
Bijeenkomsten met straatverenigingen	€ 5.000,00
Aanvragen straatactiviteiten en -initiatieven	€ 150.000,00
	€ 266.500,00
<i>Communicatie</i>	
	€ 32.500,00
<i>Advies en onderzoek</i>	PM
<i>BTW-reservering</i>	€ 23.000,00
<i>Onvoorzien</i>	€ 50.000,00
<i>Nader te bestemmen</i>	€ 33.060,00
	€ 678.360,00

**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 • Kamer van Koophandel Midden-Nederland • Koninklijke Horeca Nederland • Ondernemersverenigingen binnenstad Utrecht

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@centrummanagement-utrecht.nl  
www.centrummanagement-utrecht.nl

#### **Redactie**

Jeroen Roose-van Leijden  
Thijs-Jan Lanning

#### **Concept, realisatie Eindredactie en Coördinatie**

Thijs-Jan Lanning  
(Lawine Communicatie)  
Meindert Witvliet  
(Lawine Communicatie)

#### **Vormgeving**

Annelies van Roosmalen  
(DTP-Express)

#### **Fotografie**

Thijs-Jan Lanning  
Anna van Kooij  
(Stichting Cultuurpromotie Utrecht)  
Jurjen Drenth (Toerisme Utrecht)

#### **Met dank aan**

Leo Hollman, Susanne Canisius  
Marije Spiering, Kjeld Vosjan  
Femke van Vlokhoven  
Jacques Blommendaal