

2 jaar CMU... goed op weg

**CENTRUM
MANAGEMENT
UTRECHT**



**De mooiste muziek
maak je samen**

Inhoud:

Hoog op de lijst	3
Samenwerken loont!	4
2013 in vogelvlucht	5
De stad is continu in beweging	6
Vanuit de horeca bekeken...	7
In 2013 legden we de basis om op verder te bouwen	8
Samen werken we hard aan de toekomst	9
CMU en OfU: twee jaar hand in hand	10
Bezoek Culturele Zondagen fors toegenomen	11
Aanvragen en toekenningen in 2013	12
Twee jaar CMU... Vooruitkijken en doorpakken	15
Financieel overzicht 2014	19



Hoog op de lijst

Al toen ik me voorbereidde op mijn eerste optredens als burgemeester van Utrecht, vielen mij de lijstjes op. Lijstjes waarop stad en regio Utrecht hoog scoren. Utrecht als hart van Europa's meest competitieve regio. Utrecht waar de gemiddelde inkomens het hoogst liggen. Als stad met de beste universiteit van ons land. Als snelst groeiende grote stad. Als aantrekkelijke stad om te wonen. Als evenementenstad. Als meest gastvrije van de vier grote Nederlandse steden.

Klinkt bijna te mooi om waar te zijn – maar het klopt allemaal. Al zeg ik er altijd bij: het is geen kunst te constateren dat iets goed gaat, de echte kunst is het zo te houden.... Als er één groep mensen in de stad juist daarmee volop actief is, dan bent u dat als ondernemer. Voor elk gemeentebestuur behoort het dan ook tot de 'core business', zich door ondernemers te laten inspireren en de samenwerking met hen te zoeken. Dat is des te harder nodig omdat we als stad voor grote uitdagingen staan. Uitdagingen in de vastgoedsector, in de middenstand en de horeca, op het gebied van toerisme, veiligheid, gezondheid, werkgelegenheid en ruimte voor het ondernemen en de ondernemers zelf.

Die uitdagingen zijn er ook in het centrum van Utrecht. Te meer omdat dat méér is dan alleen een historische binnenstad vol monumenten – namelijk een relatief klein maar beeldbepalend gebied, midden in een groeiende stad, waar een groot aantal stedelijke functies samenkomen. En dus een groot aantal belangen.

Mag ik u als Centrummanagement Utrecht van harte feliciteren met uw tweede verjaardag? CMU prijkt hoog op de lijst van partners met wie wij als gemeente samen streven naar een aantrekkelijke binnenstad. Dat dat doel ook wordt bereikt, komt onder meer omdat u als ondernemersvereniging, belangenvereniging Hoog Catharijne, grootwinkelbedrijf, horeca, Stichting Museumkwartier en vastgoedeigenaren initiatiefrijk bent en de krachten weet te bundelen. En op uw beurt de samenwerking zoekt met andere partijen, zoals Stadsontspanning, Culturele Zondagen, Sint-Maartensberaad en Toerisme Utrecht.

Geen wonder dat Utrecht kan bogen op een schone, hele, veilige en aantrekkelijke binnenstad... en een passende, hoge klassering op al die lijstjes...



Jan van Zanen
Burgemeester van Utrecht



Samenwerken loont!

In het tweede jaar van CMU hebben we geïnvesteerd in het opbouwen van nieuwe samenwerkingsrelaties en het uitbouwen van bestaande. Dat loont!

Samenwerken moet de binnenstad, die jaarlijks 35 miljoen bezoekers trekt, nog aantrekkelijker te maken. De helft komt van buiten Utrecht. Er liggen veel kansen om de komende jaren de positie van Utrecht uit te bouwen.

De opening van Tivoli/Vredenburg op 21 juni 2014 is hier een goed voorbeeld van. Een muziekcentrum met vijf prachtige zalen met een capaciteit van in totaal 8.000 bezoekers is uniek in Nederland.

De binnenstad van Utrecht moet uitnodigen. Daar zorgen we voor door met de gemeente projecten te realiseren die leiden tot een binnenstad waar het prettig is om te verblijven en terug te komen. Zo kwamen ondernemers op en rond de Mariaplaats samen tot concrete voorstellen voor de gewenste inrichting van dit gebied. Ook in de Zadelstraat, het Domplein en de Korte Minrebroederstraat worden de resultaten hiervan in 2014 en 2015 zichtbaar.

In het jaarlijkse Gastvrijheidsonderzoek, zakte Utrecht van 2012 op 2013 van de vijfde naar de elfde plaats! Belangrijkste oorzaak: bereikbaarheid. Wij namen initiatief om dit onderwerp bij de gemeente te agenderen als absolute prioriteit. Daarbij werkten we nauw samen met Toerisme Utrecht, Corio, Industriegebied Lage Weide, Utrecht Science Park en het Platform Ondernemend Utrecht. Op dit moment werken gemeente en CMU nauw samen in het project Vindbaarheid.

Vorig jaar leidde de samenwerking met stichting Stadsontspanning tot een sinterklaasintocht met 40.000 bezoekers! We willen landelijke bekendheid voor het feest van onze schutspatroon Sint Maarten en met de stichting Cultuurpromotie werken we aan verbreding van de Culturele Zondagen.



En over acht jaar, op 2 juni, is het 900 jaar geleden dat Utrecht stad werd. In de aanloop daar naar toe werken we graag samen met Toerisme Utrecht, Het Utrechts Archief en vele anderen om ieder jaar zo rond die datum Utrecht van zijn feestelijke kant te laten zien.

Namens het bestuur dank ik iedereen voor het enthousiasme, de positieve sfeer en de wil om samen te werken aan de meest dynamische en aantrekkelijke binnenstad van Nederland: *the place to be!*

Jacques Blommendaal
Voorzitter CMU

2013 in vogelvlucht

In ons tweede jaar, namen we een hoop stappen die bijdragen aan het economisch functioneren van het centrum en die de positie van Utrecht richting toekomst versterken.

Het was een jaar waarin we veel aanvragen ontvingen voor cofinanciering van verschillende ondernemerscollectieven. Het is goed om te zien dat ondernemers elkaar steeds beter weten te vinden en hierbij ook samenwerking opzoeken met culturele partijen. Wij verwachtten dat we in 2014 meer aanvragen krijgen dan er middelen zijn. Dit biedt de mogelijkheid kritischer te zijn op de aanvragen. Dit gaat er aan bijdragen dat we met elkaar komen tot kwalitatief sterkere initiatieven die de uitstraling van ons centrum versterken.

Met evenementen als Cultfest, In-Fashion, de samenwerking met het Nederlands Film Festival, streekmarkten en activiteiten in en rondom de Zadelstraat en het Stadhuiskwartier, mogen we trots zijn op wat we met elkaar hebben neergezet. Zo kijken we terug op een prachtige St. Maartensmarkt, een feestelijke ontsteking van de sfeerverlichting in de binnenstad en een succesvolle Sinterklaasintocht.

Het multiplier effect van het ondernemersfonds blijft in de binnenstad goed zichtbaar. Naast de bezoekerscampagne, de sfeerverlichting en de hangende baskets zien we dat ondernemerscollectieven naast het fonds actief zoeken naar cofinanciering en hier gebruik van maken via eigen contributie, subsidies, het Leefbaarheidsbudget of andere middelen.

Er is hard gewerkt om de openbare ruimte in de binnenstad klaar te maken voor de toekomst en voor de gebruiker. Uitbreiding van het standaard winkelrondje en verlenging van verblijfsduur speelden hierbij een rol.

Afgelopen jaar voerden we een intensieve promotiecampagne in samenwerking met Hoog Catharijne. Hierbij gaan we uit van één centrum en we communiceren de

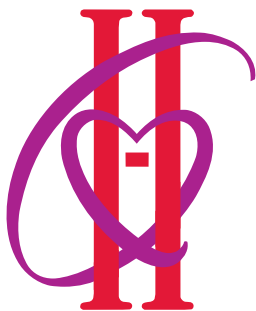


momenten dat we open zijn samen met het culturele en evenementenaanbod.

Ook 2014 wordt mooi. Het jaar staat met de opening van Tivoli/Vredenburg vanzelfsprekend in het teken van muziek. De mooiste muziek maak je samen. Daarom kijk ik er weer naar uit om ook komend jaar weer samen met u te werken in en aan het prachtige centrum van Utrecht.

Tot ziens in het centrum.

Jeroen Roose-van Leijden
Centrummanager



De stad is continu in beweging

Winkelcentrum Hoog Catharijne kijkt terug op een mooi 2013. Een jaar met veel ontwikkelingen en wederom een mooie samenwerking met diverse Utrechtse partijen, waaronder CMU. Een belangrijk resultaat is de openstelling van de winkels op zondag.

Utrecht iedere zondag open! Hoog Catharijne en de binnenstadondernemers hebben een gezamenlijke advertentie-campagne gevoerd in de regionale media. Een mooier voorbeeld van samen optrekken als Utrechtse binnenstad bestaat bijna niet. Iets om trots op te zijn als stad en als CMU.

Partijen weten elkaar steeds beter te vinden en dat heeft bijvoorbeeld ook geresulteerd in de Centrummanagement Utrecht nieuwsbrief, CMU Magazine. Hierin komt iedere keer weer goed tot uiting dat de stad continu in beweging is, met CMU als belangrijke spil.

Hoog Catharijne wil, naast één van de best bezochte winkelcentra van Nederland, vooral ook een levendige ontmoetingsplek zijn voor een breed publiek. Moeilijk in deze bouwput? Ja, maar het is afgelopen jaar toch gelukt om succesvolle events neer te zetten en extra publiek te trekken.

Hoog Catharijne zoekt nadrukkelijk verbinding met haar directe omgeving, met de binnenstad, met Utrecht en de regio.



Ook in 2014 hopen we de samenwerking met de Utrechtse binnenstadspartijen voort te kunnen zetten en zelfs uit te breiden.

Naast de partnership die we hebben met CMU, blikken we ook terug op een mooie samenwerking met onder meer Culturele Zondagen, het Catharijneconvent en Toerisme Utrecht.

Call of the Mall, de kunstmanifestatie die maar liefst 100.000 extra bezoekers trok, is daar één voorbeeld van. Het eventconcept Tryouts is misschien wel het beste voorbeeld; zowel met het NFF, het Centraal Museum en de Stadsschouwburg zijn succesvolle grotere en kleinere events neergezet in Hoog Catharijne.



Vanuit de horeca bekeken...

Door Leo Hollman, operationeel directeur Grand Hotel Karel V

Van top down naar bottom up in slechts 400 jaar!

Mede door de oprichting van CMU en het beter kanaliseren van promotiegelden, staat Utrecht er nationaal en internationaal beter op. De ene na de andere prijs wordt door de stad opgeëist en de binnen- en buitenlandse persverschijningen zijn unaniem lovend.

Toch knaagt dat éne gevoel: het ontbreken van de ultieme attractie, de toeristentrekker die er gewoon altijd is! Dat ontbreekt in ons fraaie pallet van mooie Utrechtse activiteiten. Dus niet alleen het bezoeken van één van die fantastische evenementen die Utrecht nu en in de toekomst rijk is. Altijd als je Utrecht bezoekt is die éne attractie geopend en zeer aanwezig dus altijd als het jou uitkomt. Gastvrijer kunnen we het niet maken!

De ultieme invulling daarvan is het herbouwen van het weg-gewaaide schip tussen de Domkerk en de Domtoren.

"Door herbouw van het schip van de Dom op een historische bouwplaats met oude technieken, met menskracht en in een tempo dat aansluit bij het leven wordt die



bouwplaats niet een hectisch en luidruchtig 'verboden oord', maar juist een plek waar je de rust van een ander levensritme aantreft. Een aantrekkelijk plein in het centrum van Utrecht om te bezoeken, te bewonderen, te genieten van cultuur en om kennis op te doen. Een plek waar je kunt leren of werkervaring opdoen – niet in het minst – een motor van de Utrechtse economie" (bron: <http://www.project2074.nl>). Voor de duidelijkheid, iedereen mag meebouwen!!

Een ultieme aanjager van de Utrechtse (duurzame) economie en daarnaast aait en versterkt het ook nog eens de culturele, historische ziel van de stad. In 2074 moet ie er weer staan, 400 jaar nadat het schip ineens stortte. Ik zeg: stapelen die stenen en gauw!



In 2013 legden we de basis om op verder te bouwen

Samen met u kijken we terug op een succesvol jaar. Als nooit tevoren was Utrecht in 2013 het toneel voor fantastische evenementen.

Utrecht viert 2013

Toerisme Utrecht bracht, samen met de gemeente en de provincie Utrecht, CMU, Cultuurpromotie Utrecht, Vrede van Utrecht en EYOF deze topevenementen samen onder de noemer 'Utrecht viert 2013'. Deze aanpak zorgde ervoor dat een groot aantal partijen in de stad nauw samenwerkten aan een gemeenschappelijk doel. In 2013 hebben we een mooie basis gelegd om op verder te bouwen, met om te beginnen in 2014 het muziekjaar en in 2015 de Tourstart.

Bijzondere projecten

Naast deze grote iconoprojecten waren er ook kleine bijzondere projecten in 2013. Bijvoorbeeld de 'Nijntje in Utrecht' folder, de Musea Utrecht Rondvaartboot en de gezamenlijke marketing en promotie van het Zuidelijk Museumkwartier – als eerste van zes te ontwikkelen kwartieren in de binnenstad.

Tour du Jour

Ook Tour du Jour was een succes voor Utrecht: 24 dagen lang zond RTL het programma uit op 'prime time' vanaf de Mariaplaats in Utrecht. Samen met de redactie werden goede afspraken gemaakt om naast de tafelgesprekken Utrecht prominent in beeld te brengen. In totaal ruim tien miljoen televisiekijkers zagen in deze periode hoe leuk Utrecht is.

Le grand Depart 2015

Als klap op de vuurpijl werkten we de laatste maanden van 2013 samen met de gemeente aan de voorbereidingen van de komst van Le Grand Depart naar Utrecht in 2015. Niet alleen het parcours werd

verkend, ook werd onze prachtige stad uitgebreid getoond aan enthousiaste journalisten. De mediawaarde die de artikelen over de bekendmaking van de Tourstart in Utrecht opleverden was 1 miljoen euro (!).

Positieve vibe

Niet alleen bij de media maakte de bekendmaking van de Tourstart in Utrecht iets los, er gebeurde ook iets in de stad: het enthousiasme en het "we hebben er zin in-gevoel" was voelbaar in de stad. Laten we die positieve vibe en de nauwe samenwerking vasthouden in 2014 en verder! Wij hebben er zin in!



Samen werken we hard aan de toekomst



Bereikbaarheid is zeer belangrijk voor het succes van een binnenstad. De Projectorganisatie Stationsgebied (POS), houdt u in ons magazine iedere editie op de hoogte over de werkzaamheden. 2013 en 2014... een overzicht.

Vredenburg in 2013

Eén van de hoogtepunten van 2013 was de oplevering van TivoliVredenburg dat in juni 2014 haar deuren opent. Daarnaast zijn bijna alle woningen in het appartementencomplex inmiddels bewoond en is de fietskelder in gebruik genomen. Aan de zijde van TivoliVredenburg en in de Vlaamse Toren wordt ondertussen hard gewerkt aan het herinrichten van de openbare ruimte.

Wat gebeurt er in 2014?

Voor fietsers worden snelle doorgaande routes aangelegd naar het station en naar Utrecht West. De busbaan wordt vernieuwd en krijgt twee in- en uitstaphaltes. De bushaltes komen ter hoogte van C&A en TivoliVredenburg.

Planning

Het werk wordt gefaseerd uitgevoerd om de bereikbaarheid van de winkels, fietsenstalling, appartementen en TivoliVredenburg te garanderen. De werkzaamheden aan de zijde van het muziekpaleis duren tot eind april. Aansluitend worden het nieuwe straatwerk en het fietspad aan-

gelegd. De busbaan wordt in de zomervakantie geasfalteerd. In het najaar gaan de bomen de grond in.

Moreelsebrug

Een ander hoogtepunt in 2013 zorgt in 2014 voor een nieuwe mijlpaal: de nieuwe Moreelsebrug. Het oude viaduct is inmiddels gesloopt en de nieuwe brug wordt begin maart op zijn plek geschoven. Omdat er in de omgeving nog heel veel gaat gebeuren krijgt de brug nog niet haar uiteindelijke uiterlijk, daar de kans op beschadiging aan metselwerk en klinkers nog te groot is.

Wat gebeurt er in 2014?

Rond de zomer, na afronding van de rioolwerkzaamheden bij het Moreelsepark en na de Parade, wordt de verbinding van Mariaplaats tot aan het station langs het Moreelsepark aangepakt. De wens is deze verbinding vanaf dat moment al in te richten conform de nieuwe situatie. Zo kan iedereen wennen aan de nieuwe route tussen centrum en de toekomstige Rabobrug.



CMU en OfU: twee jaar hand in hand

De aanloop naar en komst van het stadsbrede ondernemersfonds is mede te danken aan CMU. Ik weet het nog goed, het was 2008. De gemeenteraad vond dat er in de binnenstad beter moest worden samengewerkt en vertaalde dat in een motie voor het College.



Economische Zaken, waar ik toen nog werkzaam voor was, kreeg de opdracht om deze samenwerking op te starten. Samen met de Kamer van Koophandel Midden Nederland, MKB Utrecht, Horeca Nederland afdeling Stad Utrecht, Belangenvereniging Hoog Catharijne, ondernemersvereniging Centrum Utrecht en de grootwinkelbedrijven Utrecht Centrum werd de samenwerking in maart 2009 officieel bekrachtigd met een convenant.

We wilden vooral zaken met elkaar realiseren en doen, werken aan een relatie en vertrouwen. Acht benoemde projecten gingen we gezamenlijk uitvoeren met steeds in het achterhoofd dat gezamenlijke doel: een goed functionerend en aantrekkelijk centrumgebied.

Meest tastbare resultaat, waar we nu nog van genieten, is de feestverlichting. De aanschaf van de verlichting was toen laaghangend fruit en zorgde bij veel onderne-

mers voor geloof en vertrouwen. Iets wat ook nodig was, want bij diezelfde ondernemers zouden we later langs gaan met de vraag om een collectieve financiering te steunen. Zodat we de aanpak ook echt collectief en structureel konden financieren.

In 2010 werd er ingezet op het invoeren van een reclameheffing voor de historische binnenstad om de collectieve financiering te regelen. Echter uit andere delen, vooral de bedrijventerreinen en kantorenparken, was eenzelfde wens voor collectieve financiering. Toen leek één stadsbreed ondernemersfonds handiger. Wel wat werk, maar dan ook alles voor de gehele stad in een keer geregeld.

En zo geschiedde, het stadsbrede fonds kwam er op 1 januari 2012 en Centrummanagement Utrecht had een structurele financiering voor het werken aan dat ene belangrijke doel: een goed functionerend en aantrekkelijk centrumgebied!

Inmiddels zijn we twee jaar en heel wat projecten, festivals, evenementen, verlichting, verbindingen en communicatie verder. En het lijkt wellicht vanzelfsprekend, maar kijk eens buiten Utrecht; we hebben het hier echt minder slecht dan elders in het land. Samenwerken loont!

Kjeld Vosjan
Fondsmanager Ondernemersfonds Utrecht



Bezoek Culturele Zondagen fors toegenomen



Het was een uitzonderlijk goed jaar voor Culturele Zondagen. Het bezoek groeide in 2013 substantieel. Zowel in 2012 als in 2013 werden zeven Culturele Zondagen georganiseerd. Het gemiddeld aantal bezoeken per Culturele Zondag steeg daarmee van 22.118 tot 27.850.



Het toont eens te meer de populariteit van het evenement dat haar twaalfde jaar ingaat en inmiddels een vaste plek heeft veroverd in het Utrechtse culturele landschap. Dit werd ook onderschreven door de resultaten van het onderzoek dat GfK Intomart in 2013 uitvoerde, waaruit bleek dat Culturele Zondagen onder de Utrechtse bevolking zeer gewaardeerd worden.

Het bezoek aan Culturele Zondagen steeg vorig jaar met 26 procent, van 154.824 in 2012 naar 194.947 in 2013.

Utrecht Danst vormde het hoogtepunt, met maar liefst 57.064 bezoekers op 13 en 14 april 2013. Het was een mooi slot van vier succesvolle edities. Ook **Kijken, Kijken, Kopen** en het **Uitfeest** trokken weer veel bezoekers – respectievelijk 25.182 en 60.219.

Er werd intensief samengewerkt met de Vrede van Utrecht voor Culturele Zondag **Cross Culture** in juli en **Utrecht Danst** vormde onderdeel van het openingsweek-

end van de Vrede van Utrecht. Daarnaast werd samengewerkt met de gemeente Utrecht rond de Stadsdag op 2 juni voor **Vocaal Kabaal**.

Voor **Kijken, Kijken, Kopen** – waarbij theater, muziek, dans, opera en poëzie in veertig winkels in de binnenstad geprogrammeerd stond – vond een samenwerking plaats met vele winkeliers als de Bijenkorf, HEMA, WE, Keck & Lisa, Bigoli, Livera, H&M, Coolcat, Miss Etam, The North Face, Lens, GURUS, La Palmerie, The Body Shop, Simon Levelt, Sissy-Boy, Revenge en meer.

Ook de reikwijdte van de zondagen is verder vergroot, met in totaal 363 deelnemende locaties, 846 verschillende programmaonderdelen en 1264 voorstellingen of activiteiten in 2013. Dit gebeurde in nauwe samenwerking met de Utrechtse culturele instellingen, horeca en extra partners zoals Universiteit Utrecht, HKU, RTV Utrecht, Albert Heijn en de Winkel van Sinkel. En natuurlijk Centrummanagement Utrecht...

www.culturelezondagen.nl

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 een aantal initiatieven uitgelicht.

Naam aanvrager	Initiatief	Toegekende bijdrage
Ondernemersvereniging Twijnstraat	Promotie Zuidelijk Museum Kwartier	€ 12.570,00
Revenge - Poort van Vredenburg	Huiskamer van Utrecht	€ 750,00
In-Fashion	Modefestival In-Fashion	€ 15.000,00
Cultfest	Cultfest	€ 15.000,00
Utrechtse Galeriehouders	Utrechtse galerieroute	€ 9.490,00
Ondernemersvereniging Zadelstraat	Promotiejaarplan	€ 21.210,00
Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier	Opstellen marketingplan	€ 3.750,00
Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier	Uitvoering marketingplan	€ 18.000,00
Ondernemersvereniging JKH Noordwest	Kunstmarkt	€ 9.500,00
Gezamenlijke Horeca Ondernemers Mariaplaats	Uitbreiding boomverlichting	€ 10.000,00
Ondernemersvereniging Stichtse Boulevard	Stichtse Boulevard Festival	€ 17.000,00
Ondernemersvereniging Twijnstraat	Streekmarkt	€ 7.500,00
Ondernemersvereniging Twijnstraat	Sinterklaasactiviteiten tijdens in-tocht en op zondag 1 december	€ 2.975,21
Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier	Acties ism NFF	€ 14.000,00
Vredenburgkwartier, Stadhuiskwartier, Mariakwartier, Zuidelijk Museumkwartier	Sinterklaasactiviteiten op zondag 1 december	€ 5.000,00
Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier	Organisatie Kerstmarkt	€ 15.000,00
Domkwartier	Promotie Domkwartier	€ 14.680,00
Universiteitskwartier	Promotie Universiteitskwartier	€ 16.195,00
Zuidelijk Museumkwartier	Promotie Zuidelijk Museum Kwartier 2013/2014	€ 9.135,00
Kerstmarkt Twijnstraat	Organisatie Kerstmarkt Twijnstraat	€ 8.000,00
Vredenburgkwartier/ Centrum Utrecht	Google map up + Fotografie + Update Cityguide App	€ 10.000,00
Ondernemers de Neude	Kissmass Tree Neude	€ 10.000,00

Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier

Ondernemersvereniging Stadhuiskwartier is eind 2012 opgericht door drie ondernemers gevestigd aan het Stadhuisplein. Al snel sloot ook ondernemersvereniging Oudkerkhof zich hierbij aan, want: samen staan we sterk!

De ondernemersvereniging wil meer bekendheid creëren én traffic genereren naar dit speciale, afwisselende en authentieke winkel/horecagebied. Dit heeft de vereniging al via social media en bewegwijzeringborden gerealiseerd, altijd voorzien van het nu al bekende rode schildje. Bekendheid en traffic genereer je ook door tradities te starten die jaarlijks terugkomen en reuring teweegbrengen in de stad. Zo is de vereniging in september een

samenwerkingsverband aangegaan met het Nederlands Film Festival. Het is de bedoeling dat de speciale acties en rode lopers elk jaar een terugkerend item worden.

Ook liep de vereniging al een tijdje met het idee rond om een kerstmarkt te organiseren. Het leek echter een onhaalbare kaart om dit nog in oktober tot en met december te realiseren. Toch trokken we de stoute schoenen aan en gingen in volle vaart vooruit. Een groot gedeelte diende wel te worden gefinancierd. Dankzij CMU hebben we veel hulp gehad van het ondernemersfonds en economische zaken van de gemeente Utrecht. Een traditie is geboren!



It's a Christmas Tree... Nee, een Kissmas Tree!

In december realiseerde JCI 't Sticht in samenwerking met CMU en café De Beurs een twaalf meter hoge kerstboom op de Neude in Utrecht: de Kissmass Tree.

Als je voor deze speciale boom elkaar een kus gaf, lichtte de hele boom op. Deze unieke belevenis werd vastgelegd op foto als een blijvende herinnering. Elke avond van 11 december tot en met 30 december was het een waar lichtspektakel als vrienden of geliefden elkaar kusten. En... elke kus was ook nog eens geld waard voor het goede doel 'De kinderen van Nieuw Maliesteyn'.

Het aantal kussen die voor het goede doel zijn gegeven bedraagt circa 3000. Dit komt neer op een totaalbedrag van 5.700 euro voor het goede doel. In Utrecht was iedere kus 2 euro waard! Met dank aan CMU, Café de Beurs en natuurlijk alle kussers, kregen de kinderen van Nieuw Maliesteyn een mooi begin van 2014. JCI 't Sticht kijkt terug op een geslaagd project en kijkt uit naar de volgende Kissmas Tree!



In-Fashion 2013 and more to come

Gedurende In-Fashion (4-6 oktober 2013) kwamen modeontwerpers, consumenten, modeliefhebbers, inkopers en creatieve professionals bijeen voor inspiratie, nieuwe kennis en ontmoetingen. Het festival groeide van een ééndags evenement naar een weekendvullend programma. Net als het jaar ervoor stond storytelling centraal: het verhaal van de ontwerper, verhalen uit de mode-industrie en achter de ontwerpen.

In-Fashion 2013 was een geslaagde editie: voor één weekend werd Utrecht dé modestad van Nederland en bezochten zo'n 500 bezoekers het festival dat plaatsvond op meerdere locaties in de binnenstad van Utrecht. Met name de onderdelen 'Meet me in my Room' en het sprekersprogramma 'Speakers Corner' waren erg gewaardeerd. Daarnaast namen veel bezoekers deel aan één of meerdere van de vele workshops in winkels en kwamen iedere avond enthousiast bijeen bij Kapitaal.

Mede dankzij CMU en het Ondernemersfonds Utrecht is In-Fashion tot dit succes



gekomen. Momenteel worden de plannen voor 2014 gevormd, waarbij we bestaande partnerships zullen versterken en we wederom de verhalen uit de mode centraal stellen. We kijken er naar uit, u ook? www.infashionutrecht.nl



Twee jaar CMU... Vooruitkijken en doorpakken

De afgelopen twee jaar hebben we in het centrum belangrijke stappen genomen die bijdragen aan het economisch functioneren van de binnenstad. De stichting Centrummanagement Utrecht is de spin in het web van verschillende partijen die actief zijn in ons prachtige centrum. Voor 2014 en verder hebben wij nog genoeg plannen. Hoe die er globaal uitzien? Een overzicht.

Versterken van organisatiegraad en samenwerking

Wij blijven werken aan het versterken van de organisatiegraad van en de samenwerking tussen de ondernemers in het centrum. De afgelopen jaren hebben we ondernemers in de verschillende sfeergebieden die we kunnen onderscheiden in het centrum bij elkaar gebracht en dat blijven we doen. Uitgangspunt hierbij is om ondernemers verder te laten kijken dan hun eigen onderneming en straat. De propositie die zij bezoekers van het centrum te bieden hebben, is veel aantrekkelijker wanneer je kijkt vanuit het perspectief van een gebied in het centrum. Het positioneren van deze gebieden helpt ook mee aan een heldere profilering en het voeren van marketing richting bezoekers.

Onze database van ondernemers is het afgelopen jaar geactualiseerd en deze zullen we ook de komende jaren blijven actualiseren. Met de gegevens die in 2013 zijn verzameld, starten we in 2014 met een digitale nieuwsbrief die maandelijks wordt verzonden in aanvulling op de website. Op deze manier hopen we iedereen in het centrum nog beter op de hoogte te brengen en te houden van de initiatieven die worden ontplooid en partijen nog dichter bij elkaar te brengen. Wij zetten hierbij ook in op de samenwerking tussen de verschillende sectoren: retail, kennis, cultuur, dienstverlening.



Kwalitatief onderzoek

Er zijn tot nu toe vooral veel kwantitatieve onderzoeken uitgevoerd naar centrumbezoek (tellingen). Wij trekken samen met de gemeente Utrecht op bij het uitvoeren van verder kwalitatief onderzoek naar het economisch functioneren van het centrum en zetten daarnaast in op onderzoek naar loopstromen en real time tellingen al dan niet via het te realiseren publieke wifi-netwerk in het centrum. In 2014 gaan we onder andere onderzoeken hoe bezoekers zich verplaatsen door het centrum en op basis waarvan ze hun keuze maken in loopgedrag. Daarnaast willen we ons gaan richten op bezoekmotieven. Waarom komen bezoekers bijvoorbeeld niet naar Utrecht en kunnen we ze via slimme ingrepen of gerichte communicatie verleiden dit wel te doen.

Focus en strategische richting

CMU heeft zich ontwikkeld tot een belangrijke gesprekspartner met betrekking tot onderwerpen en projecten die het functioneren van het centrum raken. Wij blijven de komende jaren intensief samenwerken met de verschillende afdelingen binnen de gemeente en streven samen naar integrale samenwerking bij de projecten die worden uitgevoerd zowel in het centrum als daarbuiten. In 2013 heeft CMU alle informatie uit de verschillende onderzoeken die zijn uitgevoerd gebundeld in een centrummonitor die samen met de weerbaarheidsanalyse van de binnenstad inzicht geeft in de kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes van ons centrum. Beide documenten bieden ons de focus die nodig is om in te zetten op die aandachtspunten die de positie van het Utrechtse centrum verder versterken. Richting de verkiezingen zullen wij de punten onder de aandacht brengen die voor ondernemers in het centrum en voor het economisch functioneren van het centrum belangrijk zijn, zodat die punten hoog op de politieke agenda blijven staan. Tijdens het reguliere bestuurlijk overleg met de wethouders blijft CMU zich hard maken voor die punten.



Beleving en de openbare ruimte

Beleving in de binnenstad wordt steeds belangrijker. Interessant hierbij is hoe we deze beleving via de inrichting van de openbare ruimte faciliteren. Onderwerpen die hierbij onze aandacht hebben, zijn onder meer de terrassenpilot, de uitbreiding van het winkelwandelgebied, het aanbieden van een publiek wifi-netwerk, maar bijvoorbeeld ook hoe we omgaan met uitstallingen en het stallen en parkeren van fietsen in het centrum. Bij de herinrichtingsvraagstukken stellen we de gebruiker centraal en leveren van onderaf input richting de partijen die deze trajecten begeleiden. Hierbij werken we nauw samen met de programmaleider Fietsen, Stadsontwikkeling en overige partijen.

Actievere invulling van tijdelijke leegstand

De komende jaren willen we samen met makelaars, ondernemers, gemeente en eigenaren werken aan een actiever plan bij optredende leegstand. Insteek hierbij is een mix van tijdelijke invulling (pop-up), beplakken van etalageruimte en gericht en actief zoeken naar invulling aan de hand van het profiel van een gebied.



Gastvrijheid

CMU blijft werken aan een gastvrije stad die schoon, heel, veilig en aantrekkelijk en daarmee uitnodigend is voor bezoekers. Een belangrijk instrument hierbij is het Keurmerk Veilig Ondernemen. Vorig jaar is dit keurmerk weer met succes behaald. De komende periode gaan we met de gemeente, politie en brandweer aan de slag om de maatregelen die we met elkaar hebben opgesteld uit te voeren. De komende jaren blijven we samen met het wijkbureau binnenstad ook inzetten op groenvoorziening die de winkelgebieden met elkaar verbindt. Ook is de afgelopen jaren flink geïnvesteerd in de sfeer- en boomverlichting. Dit zetten we door. Ondertussen gaan we alvast wel nadenken over een plan voor vervanging van de oude(re) verlichting. Dit volgens een aanpak van keuze uit drie verschillende scenario's (modern/grootstedelijk, klassiek/Dickens, creatief/artistiek) en uitgangspunten (raamwerk door straten, concentratie op pleinen, entree en exit punten).



Promotie en Marketing

Ook in 2014 geven we een vervolg aan de bezoekerscampagne die we de afgelopen twee jaar hebben gevoerd in samenwerking met Toerisme Utrecht. Onze insteek is wel om dit jaar nadrukkelijker in te zetten op conversie. Middels een aantal gerichte acties willen we een aantal momenten per jaar ook écht meer conversie bereiken. Het vinden van geschikte acties hiervoor is een flinke uitdaging, maar één die we graag samen met u aangaan. De promotiecampagnes die online en offline worden gevoerd willen we ook beter laten aansluiten bij de bezoekerscampagne die wordt gevoerd en deze lijn willen we ook doorvoeren richting het foldermateriaal van Toerisme Utrecht. Bij de campagnes die we voeren, blijven we samenwerken met Hoog Catharijne en profileren ons als één centrum met een compleet en gevarieerd aanbod op het gebied van winkelen, horeca en cultuur. Belangrijke leidraad hierbij is het 'verhaal van Utrecht', een verhaal dat we als CMU samen met onze marketingpartners dit jaar neer gaan zetten. In juni wordt een bijeenkomst georganiseerd door het Platform Binnenstadmanagement. Deze bijeenkomst biedt ons, net als de Citymasterclass van vorig jaar, weer een mooie kans om de stappen die we zetten in ons centrum onder de aandacht te brengen van landelijke vastgoeden- en binnenstadprofessionals.

Evenementen

In 2014 intensiveren we onze samenwerking met de Stichting Cultuurpromotie Utrecht. Gedachte hierbij is om tijdens alle evenementen intensiever samen te werken en bezoekers via een arrangementgedachte kennis te laten maken met alle aspecten van centrum, winkelen, horeca en cultuur. Ook de samenwerking met partners als het St. Maartensberaad en de stichting Stadsontspanning bouwen we de komende jaren verder uit. Op die manier blijven we gesprekspartner bij typisch Utrechtse evenementen als de Stadsdag, St. Maarten en Sinterklaas. De afgelopen jaren is door ondernemerscollectieven in de binnenstad ook intensief gebruik gemaakt van de cofinancieringsmogelijkheid via de aanvraag voor straatinitiatieven. Wij verwachten dat er komend jaar meer aanvragen zullen zijn dan dat er geld beschikbaar is. Dit gaat naar onze mening helpen om kritisch te zijn op de aanvragen die binnenkomen en samen te komen tot kwalitatief sterkere initiatieven.



Bereikbaarheid en bewegwijzering

Er wordt hard gewerkt aan plannen die nog dit jaar de bereikbaarheid van Utrecht gaan verbeteren. Dit naar aanleiding van een notitie die we in 2013 samen met Toerisme Utrecht schreven en bij de gemeente hebben gepresenteerd namens Platform Ondernemend Utrecht, de Jaarbeurs, de horeca, CMU, Toerisme Utrecht en het Utrecht Science park. Met de inzet van het geld dat beschikbaar is vanuit het Economisch Investeringsfonds, zijn we er echter nog niet. Daarom hebben wij ingezet op besteding van deze gelden aan een aantal concrete projecten dit jaar, op verbinding met andere projecten en daarmee andere gelden en op een doorkijk van vier jaar voor de zaken die nu (nog) niet kunnen worden opgepakt. Inzet is: voldoende, correcte en slimme bewegwijzering. Daarnaast blijven we ons hard maken voor heldere en tijdige communicatie richting ondernemers en bezoekers bij werkzaamheden.

Het nieuwe ondernemen

In het najaar van 2013 is het winkelwandelgebied in kaart gebracht en de eerste maanden van 2014 worden er foto's gemaakt van alle winkelpanden. Dit om te komen tot een digitale winkelgids en hiermee de online zichtbaarheid en vindbaarheid van het unieke Utrechtse winkelaanbod verder te vergroten. CMU blijft zich inzetten om ondernemers te stimuleren en te begeleiden in het nemen van de juiste stappen die 'het nieuwe ondernemen' van ze vraagt. Het verder benutten van de mogelijkheden van publiek wifi binnen het vervolg van de pilot uit 2013, doorontwikkeling van de Utrecht City Guide smartphone app, workshops voor ondernemers, gesprekken met Bol.com over mogelijke samenwerking, zijn slechts een greep uit de projecten waar we nu aan denken.



Financieel overzicht 2014

Inkomsten	
Trekkingsrecht 2013 Ondernemersfonds	€ 721.361,00
Inhouding 10%	€ 72.136,00
Bijdrage OfU	€ 40.397,00
	€ 608.828,00
Uitbetaling inhouding 2013	€ 72.136,00
	€ 680.964,00
Niet besteed in 2013	€ 75.000,00
	€ 755.964,00
Bijdrage 2014 Belangenvereniging HC	€ 27.000,00
Te besteden 2014	€ 782.964,00

Uitgaven	Per 13-11-2013
<i>Bestuurskosten</i>	
Voorzitter	
Jaarconferentie	
Algemene kosten	
Verzekeringen	
	€ 28.500,00
<i>Binnenstadsbrede activiteiten</i>	
Centrummanager	
Bijdrage bezoekerscampagnes, St. Cultuurpromotie, St. Maartensviering, St. Stadsontspanning, Stadsdag, Campagne ism HC	
	€ 333.840,00
<i>Ondersteuning op straatniveau en initiatieven</i>	
Feestverlichting, Uitbreiding feestverlichting	
Energiekosten verlichting	
Hanging baskets	
Bijeenkomsten met verenigingen	
Aanvragen straatactiviteiten en -initiatieven	
	€ 304.900,00
<i>Communicatie</i>	€ 32.500,00
<i>Advies en onderzoek</i>	40.000,00
<i>BTW</i>	€ 25.000,00
<i>Diversen</i>	
Onvoorzien	€ 10.000,00
Nog nader te bestemmen	€ 8.224,00
	€ 18.224,00
Totaal	€ 782.964,00



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@cmutrecht.nl
www.cmutrecht.nl

Redactie

Jeroen Roose-van Leijden
Thijs-Jan Lanning

Concept, realisatie Eindredactie en Coördinatie

Thijs-Jan Lanning
(Lawine Communicatie)

Vormgeving

Annelies van Roosmalen
(DTP-Express)

Illustratie Dom

Jan de Jonge

Fotografie

Jurjen Drenth, Anna van Kooij,
Hanne Nijhuis, Thijs-Jan Lanning,
Sanne Lagerberg

Met dank aan

Leo Hollman, Susanne Canisius
Marije Spiering, Kjeld Vosjan
Femke van Vlokhoven
Jacques Blommendaal, Pieta Koopman
Laura Vernooij, Frank van der Lecq