



Centrum
management
Utrecht

Samen aan de slag in het centrum

terugblikken en vooruitkijken

Inhoud

Samen komen we het verst – Susanne Schilderman	3
Presteren doe je samen – Jeroen Roose-van Leijden	4
Het gewicht van licht – Arjan Kleuver	6
Saamhorigheid & Sfeer – Jacqueline Bots	7
Jouw wegwijzer in het centrum – Een overzicht	8
Van ambitie naar uitvoering – Corneel Jonkers	9
Neem je tijd voor Utrecht – Anne Wouters	10
Samen aan de slag in de stad – Team OfU	13
Social media lekker op stoom – Sven Willemse	14
Een jaar in beeld	15
Ondersteuning & Ontwikkeling – Ondernemers verbinden en inspireren	16
Bereikbaarheid – Goed bereik met alle vormen van vervoer	17
Marketing – Vertragen, ontdekken en genieten	18
Openbare Ruimte – Samen verantwoordelijkheid nemen	19
Toekomst en Onderzoek – Een toekomstbestendige aanpak	21
Begroting CmU 2026	22
Wie, wat, waar in het CmU-Bestuur	23
Colofon	24





Samen komen we het verst

Een toekomstbestendig centrum bouw je nooit alleen. Dat doen we samen – elke dag opnieuw – met ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners, bezoekers en natuurlijk met Centrummanagement Utrecht. Daarom past het thema van dit jaar, ‘Samen aan de slag in het centrum’, zo goed bij wat Utrecht zo sterk maakt: de enorme energie en betrokkenheid van iedereen die zich inzet voor een levendig en aantrekkelijk centrum.

Afgelopen jaar liet opnieuw zien hoeveel er mogelijk is wanneer we de handen ineenslaan. We zien ondernemers die blijven vernieuwen en investeren in duurzame en onderscheidende winkelconcepten. We zien bewoners die meedenken over de leefbaarheid van hun straat en buurt. En we zien partners die met ons optrekken om het centrum niet alleen een plek van winkelen, maar ook van ontmoeten te maken. Ons centrum is een plek waar mensen willen verblijven: om een ijsje te halen, langs de singel te wandelen, cultureel aanbod te ontdekken of gewoon te genieten van de Utrechtse sfeer.

Een bijzonder moment dit jaar was onze nominatie voor de titel *European Capital of Small Retail 2026*. Die nominatie was een erkenning voor de Utrechtse manier van samenwerken. Ik ben erg trots op de inzending en de gezamenlijke video die we hiervoor met CmU ontwikkelden, waarin ondernemers, straatbeelden en de Utrechtse energie samenkomen. Het laat op een prachtige manier zien waar ondernemers in Utrecht voor staan: karakter, creativiteit én community. De video gaf onze pitch in Brussel niet alleen kleur, maar versterkte ook de trots die wij als stad voelen: trots op onze ondernemers, onze historie én onze vooruitgang. Dat Barcelona uiteindelijk won, doet niets af aan wat de nominatie én die samenwerking ons hebben gebracht. Het bevestigde dat we in Utrecht goed op koers liggen en het was een stimulans om nóg ambitieuzer verder te bouwen.

Die ambitie is nodig, want het centrum staat nooit stil. We blijven samen werken aan een centrum dat duurzaam, aantrekkelijk en gastvrij is. Een plek waar ondernemers kansen zien, waar bewoners zich thuis voelen en waar bezoekers graag terugkomen.

Ik ben iedereen die zich hiervoor inzet ontzettend dankbaar. Laten we ook komend jaar weer de handen ineenslaan. Want als Utrecht iets laat zien, is het dit: als we het samen doen, komen we het verst.

Susanne Schilderman
Wethouder Economische Zaken

Presteren doe je samen

Ondernemen in een centrum is teamsport. Iedere ondernemer, vastgoedeigenaar, bestuurder en partner speelt daarin zijn eigen rol. Soms zichtbaar op de voorgrond, soms achter de schermen. Maar altijd in samenhang met elkaar. Alleen als we samenwerken, kunnen we blijven presteren.

Het afgelopen jaar liet dat opnieuw zien. Samen investeerden we in de aantrekkingskracht van het centrum. In marketing die aantoonbaar bezoekers trekt. In zichtbaarheid van de centrumkwartieren. In de transformatie van leegstaande verdiepingen naar wonen en werken. In kennisdeling, verbinding en onderlinge samenwerking binnen de Citydeal Dynamische Binnensteden. In schoon, groen en verblijfskwaliteit. Stuk voor stuk geen losse projecten, maar schakels in één geheel: een economisch sterk en leefbaar centrum.

Verantwoordelijkheid nemen

Aan het begin van dit jaar werden we opgeschrikt door een explosie in de Vischersteeg. Zo'n gebeurtenis maakt direct duidelijk waar het in een centrum écht om draait. Niet om stenen, niet om statistieken – maar om mensen. Ondernemers die plotseling werden geconfronteerd met schade, onzekerheid en emotie. In die eerste uren en dagen hebben we als centrummanagement direct geschakeld. Praktisch, bestuurlijk en persoonlijk. In contact met gemeente en hulpdiensten. In ondersteuning richting getroffen ondernemers. In het herstellen van bereikbaarheid en vertrouwen. Juist op zo'n moment zie je wat samen presteren betekent. Niet afwachten, maar verantwoordelijkheid nemen.

Blijven investeren in kwaliteit

Tegelijkertijd staat ons centrum niet op zichzelf. Utrecht behoort inmiddels tot de top van Europese steden als het gaat om aantrekkingskracht en vestigingsklimaat. Dat is iets om trots op te zijn, maar het vraagt ook om blijvende inzet. Andere steden investeren stevig in hun centrum-



gebieden. In kwaliteit van openbare ruimte. In functiemenging. In bereikbaarheid. In duidelijke positionering. Willen wij onze positie behouden, dan moeten we blijven investeren. Niet alleen in marketing of evenementen, maar in structurele kwaliteit. In een eerlijk speelveld voor ondernemers en vastgoedeigenaren. In bereikbaarheid die werkt. In openbare ruimte die uitnodigt. In een toekomstbestendige aanpak van grote dossiers zoals wervenonderhoud. Dat vraagt om samenwerking. En soms ook om het stevige gesprek.

Van ambitie naar uitvoering

Wat mij trots maakt, is dat we als centrum niet blijven hangen in ambities. We brengen partijen bij elkaar rond concrete transformaties. We versterken samenwerking tussen kwartieren. We meten en verbeteren onze marketingaanpak. We agenderen bereikbaarheid wanneer die onder druk staat. We investeren gericht in schoon, groen en verblijfskwaliteit.

Dat doen we niet vóór ondernemers en vastgoedeigenaren, maar mét hen. Het centrum is geen optelsom van individuele belangen. Het is een ecosysteem. Wat de één raakt, raakt uiteindelijk ons allemaal.

De explosie in de Visscherssteeg liet dat pijnlijk zien. Maar ook de gezamenlijke energie rond evenementen, campagnes en gebiedsontwikkeling laat zien hoe sterk dat netwerk is.

2026: een jaar van keuzes

Met de gemeenteraadsverkiezingen in aantocht, wordt het komende jaar bepalend. Keuzes over mobiliteit, toegangsbeleid, toerisme, openbare ruimte en erfgoed hebben directe impact op het ondernemerschap in het centrum. Het is onze taak om daarbij helder en constructief het belang van een economisch vitaal centrum te blijven benoemen.

Een sterk centrum ontstaat niet vanzelf. Die vraagt om visie én om uitvoeringskracht. Om balans tussen leefbaarheid en levendigheid. Om ruimte voor ondernemerschap én kwaliteit van wonen. Tijdens onze Jaarbijeenkomst delen we dit jaarverslag daarom niet alleen als terugblik, maar als kompas. Waar staan we? Wat hebben we geleerd? En waar leggen we het komend jaar extra gewicht?

Ritme, discipline en teamwork

Wanneer we kijken naar de Olympische Winterspelen zien we atleten op het hoogst denkbare niveau presteren. Wat vaak vergeten wordt, is hoeveel voorbereiding daaraan voorafgaat. Training in stilte. Kleine verbeteringen. Teamwork achter de schermen. Het vermogen om na een tegenslag weer op te staan. Ondernemen in een binnenstad lijkt daar soms sterk op. Het vraagt uithoudingsvermogen, aanpassingsvermogen, discipline en vooral: samenwerking.

Utrecht groeit. Het centrum verandert. Maar zolang we blijven samenwerken, blijven investeren en verantwoordelijkheid nemen, kunnen we blijven presteren.

Want uiteindelijk geldt – in sport én in ondernemerschap: Presteren doe je samen.

Tot ziens in het centrum.

Jeroen Roose-van Leijden
Centrummanager Utrecht



Het gewicht van licht

Zondagmorgen in februari. De zon breekt door en vanachter het glas voelt het al een beetje lenteachtig. Ik lees de reacties van de Utrechtse politieke partijen op onze uitnodiging voor de jaarbijeenkomst, die plaatsvindt vlak voor de gemeenteraadsverkiezingen. We willen nu eens geen debat waarin politici elkaar vliegen afvangen en ze over elkaar vertellen hoe slecht de ander is. Laten we nou eens kijken wat we met de visies van verschillende partijen kunnen bereiken in de stad. Dat is lichter, met meer gewicht.

Toen het donker was tijdens de decembermaand, introduceerde Centrummanagement Utrecht (CmU) de opvolger van Kleur de Stad: Klanken van Kleur. Muziek door Utrechters werd omgezet in lichtprojecties. Zo blijven we door licht voorlopen op andere steden die ons concept inmiddels kopieerden.

De verschrikkelijke explosie in de Visscherssteeg. Wat moet het voor sommige ondernemers zwaar hebben gevoeld toen ze de chaos aanschouwden. We hopen dat CmU met praktische en morele hulp wat licht heeft kunnen brengen voor de betrokken ondernemers.

CmU-bestuurslid Leontien Lems, directeur van het Spoorwegmuseum, stelde CmU in de gelegenheid om topbestuurders en -ambtenaren van gemeente en provincie mee te nemen in 'De Kameel', een historische trein waarmee de NS-directie vroeger stations inspecteerde. Vanonder de iconische lichtkoepels op deze trein, bespraken we waar zij en wij gewicht aan toekennen als het om het centrum gaat.

Voor het komende jaar blijven onze prioriteiten dezelfde, maar er is wel een prioriteit die meer gewicht krijgt dan voorheen: de openbare ruimte. Voor CmU was dat geen licht besluit. In de eerste plaats vinden we dat de gemeente verantwoordelijk is voor 'schoon, heel en veilig' in de openbare



ruimte. CmU zal met ondernemersgeld principieel geen overheidstaken overnemen. Toch denken we dat we het centrum nog veel fijner kunnen maken als we met (co-)financiering waarde kunnen toevoegen aan de openbare ruimte, als dat het niveau ontstijgt dat je redelijkerwijs van de gemeente kunt verwachten. In het centrum moet een bezoeker zich vrij, ontspannen en 'licht' voelen. Dat vraagt iets van ons wat gewicht in de schaal legt voor de verblijfskwaliteit.

Een zondagmorgen in februari. De zon schijnt. Volgens het KNMI gaat het vanmiddag weer sneeuwen. Wie het wil zien, ziet dat zon en sneeuw allebei licht zijn. Met die instelling wil CmU besturen, maar om dat echt goed te doen, helpt het als de ondernemers in de stad ons af en toe bijstijgen. Dat maakt verschil.

Arjan Kleuver
Voorzitter CmU

Saamhorigheid en sfeer

Alweer een jaar voorbijgevlogen... Terugkerende evenementen in de centrumkwartieren worden inmiddels traditie. Daarnaast blijven we brainstormen om waar mogelijk te verbeteren en nog sterker te verbinden. Een fijne beleving in ons centrum waar bezoekers naar terug willen keren, daar blijven we ons voor inzetten.

Afgelopen december organiseerden we 'Vredenburgkwartier Verbindt' om input op te halen vanuit bezoekers. Wat wensen zij voor het centrum? Wat veel terugkwam, was de wens voor groen, bankjes, ontmoetingsplekken, kunst en muziek. Kortom, er is behoefte aan een gevoel van saamhorigheid.

Samenwerkingen

Aan dat gevoel dragen diverse nieuwe samenwerkingen bij. Samen met het HKU Utrechts Conservatorium werken we aan muziek op wisselende plekken in het



centrum, waarbij we studenten podium geven om hun kwaliteiten ten gehore te brengen. Als iets bijdraagt aan beleving is het een mini-concert waar je zomaar spontaan bij uitkomt.

Daarnaast kijken we met de Tussenvoorziening naar ruimte voor een expositie in het centrum. Kunst en muziek bouwen aan sfeer en een goede sfeer blijft je bij. Het verlangen naar saamhorigheid is misschien wel een breed gewenst thema. Het was in ieder geval duidelijk dat dit ontstond nadat we letterlijk en figuurlijk stevig werden opgeschrikt door de explosie in het centrum begin dit jaar. Ondanks de grote ravage bleek dat ondernemers er op dit soort momenten voor elkaar zijn en elkaar willen helpen. Samen doen we wat we kunnen.

Wandelroutes

De Museumkwartierpuzzelroute die bij De Winkel van Utrecht ligt, wordt regelmatig gelopen door bezoekers. De Unikwartier Schuurroute is er ook, maar nog veel minder bekend. Ook bij andere kwartieren is er de wens voor een route waarbij bezoekers de onontdekte stukken van de kwartieren kunnen verkennen. Daarom bouwen we dit jaar aan interactieve wandelroutes voor alle vijf de centrumkwartieren die via een QR code bij ondernemers op één centrale plek te vinden zullen zijn.

Informatiewaaiër

We blijven ons inzetten om ondernemers te ondersteunen en wegwijs te maken in het centrum. Zo hebben we vorig jaar een informatiewaaiër ontwikkeld met daarin een heldere uiteenzetting van wat CmU voor je kan betekenen, en waarin daarnaast ook praktische zaken worden toegelicht. Binnenkort wordt hij verspreid in het hele centrum. Kortom, we blijven nadenken hoe we er op de best mogelijke manier voor ondernemers kunnen zijn. Hiervoor horen we uiteraard ook graag jullie input. Tegelijkertijd gaan we door met het bouwen aan een warm huiskamergevoel voor iedereen die het centrum bezoekt.

Jacqueline Bots
Centrumcoach

Jouw wegwijzer in het centrum

Als ondernemer in het hart van Utrecht ben je onderdeel van een bijzonder eco-systeem. CmU werkt elke dag aan een aantrekkelijk, gastvrij en goed bereikbaar centrum, waar ondernemers, bezoekers én bewoners zich thuis voelen. Ben je nieuw in het centrum dan ontvang je van ons een Informatiewaaier met daarin alle relevante informatie over ondernemen in het hart van de stad.

CmU communiceert via de CmU Community die gratis is voor alle ondernemers in het centrum. Begin je in Utrecht, dan nodigen wij je uit voor dit platform. Via dit kanaal ontvang je het laatste nieuws en relevante informatie, uitnodigingen voor inspirerende bijeenkomsten en overleggen met ondernemers uit de 5 centrumkwartieren en wekelijks een digitale nieuwsbrief. Ook kun je zelf je collega-ondernemers, in het centrumkwartier waar je onderneemt voorzien van nieuws en informatie en stel je eenvoudig e-mailalerts of berichtgeving in van de voor jou relevante kanalen. Behalve berichten van en naar CmU, biedt het ook

je eigen bedrijfspagina én toegang tot je eigen pagina op onze gratis publiekswebsite centrumutrecht.nl. Heb je je account nog niet geactiveerd? Doe het snel en eenvoudig via deze qr-code.

Naast de CmU Community, vind je alle informatie over het centrummanagement in Utrecht in onze online basis: cmutrecht.nl. Je leest hier onder meer over de vijf aandachtsgebieden waarvoor we ons inzetten: Marketing, Bereikbaarheid, Openbare Ruimte, Toekomst en Onderzoek en Ondersteuning en Ontwikkeling Ondernemers. Daarnaast vind je hier nuttige informatie zoals relevante inzichten op basis van data en onderzoek, passantenmetingen en actuele zaken over activiteiten en evenementen in en over de bereikbaarheid van het centrum. Ook voor persoonlijke vragen en benadering van bestuursleden, centrummanager, centrumcoach en informatie over de Utrechtse centrumkwartieren kun je hier terecht.

Onze nieuwe informatiewaaier wordt dit jaar overhandigd aan alle ondernemers in het centrum. Heb je er geen ontvangen, vraag er dan een aan via info@cmutrecht.nl



CmU communiceert via de CmU Community, gratis voor alle ondernemers in het centrum. Heb je je account nog niet geactiveerd? Doe het snel en eenvoudig via deze qr-code. Behalve berichten van en naar CmU biedt het ook je eigen bedrijfspagina én toegang tot je eigen pagina op onze gratis publiekswebsite centrumutrecht.nl



Van ambitie naar uitvoering

Sinds begin 2024 ben ik als vastgoed-operator actief in het centrum. In opdracht van CmU, VCOC en in nauwe samenwerking met de gemeente, werk ik aan de transformatie van verdiepingen boven winkelpanden. Mijn doel: ruimtes die nu vaak leegstaan, activeren voor wonen, werken en andere functies die bijdragen aan een levendig en toekomstbestendig centrum.

Een van de speerpunten van mijn aanpak is de aanpak op schaal: we kijken niet alleen naar individuele panden, maar juist naar meerdere panden tegelijk. Dat kan gaan om een blok of straat, maar óók om meerdere panden binnen één portefeuille van een eigenaar (dus niet per se naast elkaar). Door kansen, randvoorwaarden en investeringen in samenhang te bekijken, ontstaat er sneller overzicht en kunnen stappen efficiënter worden gezet. Daarbij kijk ik nadrukkelijk verder dan alleen wonen: soms is een bedrijfsruimte, culturele of maatschappelijke invulling passender – als het maar waarde toevoegt én uitvoerbaar is.

Regisseur

In de praktijk vervul ik vaak de rol van regisseur: ik breng partijen bij elkaar, help kansen en knelpunten zichtbaar te maken en werk mee aan oplossingen die plannen dichterbij realisatie brengen.

Het afgelopen jaar is goed zichtbaar geworden dat transformatie niet alleen een ambitie op papier is, maar dat er op meerdere plekken concrete stappen zijn gezet. Zo zijn op zowel de Steenweg als de Oudegracht door Vastned woningen toegevoegd op verdiepingen. Daarnaast zijn er ook bij andere eigenaren en betrokken partijen concrete trajecten in gang gezet: zo is onder meer op Steenweg 25 de verbouwing gestart, boven ongeveer acht panden op de Steenweg worden plannen uitgewerkt om woningen en/of bedrijvigheid toe te voegen, en op de Oudegracht en in de Bakkerstraat lopen verkennende



gesprekken over het toevoegen van woningen boven ongeveer vier panden.

Maatwerk

Tegelijkertijd blijven de marktomstandigheden uitdagend: het is nog steeds niet altijd eenvoudig om een sluitende businesscase te maken voor transformatie van verdiepingen. Juist daarom zoeken we samen met de gemeente actief naar mogelijkheden om de ambitie wél haalbaar te maken. Dat vraagt om maatwerk en om goed kijken naar de belangen van alle betrokken partijen, zodat plannen niet alleen wenselijk zijn, maar ook uitvoerbaar én vergund kunnen worden. Komend jaar zetten we deze lijn door: we blijven leegstand en kansen in kaart brengen, partijen samenbrengen en de aanpak op schaal verder uitbreiden, zodat we op grotere schaal impact kunnen maken – stap voor stap, pand voor pand en portefeuille voor portefeuille. *Kijk voor contact met Corneel op pagina 23.*

Corneel Jonkers
Vastgoedoperator Utrecht

Neem je tijd voor Utrecht

Toerisme mag in Utrecht groeien, maar geen andere functies verdringen zoals wonen, aldus het huidige coalitieakkoord van de gemeente Utrecht. De vraag die wij ons bij Utrecht & Partners en Centrum-management Utrecht dan stellen is: Hoe? Hoe mag het toerisme in Utrecht dan wél groeien? Juist nu, richting de verkiezingen op 18 maart is dit voor onze stad, het centrum van belang.

Toerisme gaat overal ter wereld toenemen, een afwachtende houding past dan ook niet bij Utrecht in 2026. Zeker niet als snelst groeiende stad van Nederland. We blijven daarom proactief sturen op de zaken waar we met elkaar invloed op hebben en we gaan voor een gezonde en fijne stad voor bewoners én bezoekers. Leefbaarheid én levendigheid zijn hierbij geen uitersten maar versterken elkaar.

Duurzame groei

Samen met CmU en andere partners in de stad zetten we juist niet in op 'alleen maar meer', maar juist op het aantrekken van kwalitatieve bezoekers. Aan de hand van onze breed gedeelde Strategie Duurzaam Bezoek geloven wij dat we de bezoekers-economie op een duurzame en verant-

woorde manier kunnen laten groeien. Denk hierbij aan juist inzetten op meerdaags bezoek waardoor er meer bestedingen landen in de stad, mensen met de trein naar Utrecht laten komen en mensen spreiden in tijd en over de verschillende deelgebieden van het centrum en de stad.

Hoe doen we dit dan samen?

Met de campagne 'Neem je tijd' vertellen we via diverse online en offline marketingkanalen het verhaal van Utrecht en laten we het aanbod van Utrecht zien wat er altijd is in de sectoren retail, horeca en cultuur. Thema's als horeca, retail, cultuur en overnachten krijgen hierin volop aandacht. Door de boodschap doorlopend (always-on) en consistent te herhalen, versterken we de zichtbaarheid (top of mind positie) van Utrecht als bestemming en stimuleren we een positieve houding (activatie) ten opzichte van een (meerdaags) bezoek aan de stad.

We richten ons op de stijlzoeker en de avontuurzoeker van de leefstijlvinder. Meer weten over deze doelgroepen? Bekijk de Leefstijlvinder (app.leefstijlvinder.nl/register) voor een uitgebreide uitleg. De campagne is actief in de markten Nederland, Vlaanderen en Duitsland (Noordrijn-Westfalen).





Het concept

Utrecht is een stad waar je de tijd voor moet nemen. Er is zoveel te ontdekken dat de moeite waard is; van middeleeuwse werkkelders en moderne architectuur tot sfeervolle grachten, musea, gezellige horeca en unieke winkels. We willen bezoekers inspireren om de stad in hun eigen tempo te verkennen en er echt de tijd voor te nemen. Ondertussen is Utrecht ook een stad die de tijd neemt. Waar mensen wonen die de tijd nemen. Er hangt een ontspannen sfeer, alles is op loop- of fietsafstand en als bezoeker voel je je uitgenodigd om mee te gaan in die relaxte sfeer. Neem je tijd voor Utrecht, dan neemt Utrecht de tijd voor jou!

Samenwerking CmU, Hoog Catharijne en Utrecht & Partners

De samenwerking met CmU en HC (en daarmee de ondernemers, musea en vastgoedeigenaren) biedt ons de financiële mogelijkheid om deze bezoekerscampagne voor Utrecht te draaien en ieder jaar aan te scherpen en te versterken. Vanuit Utrecht & Partners werken we met een team van zes specialisten aan deze bezoekerscampagne. Denk aan branding, (online) marketing, pers en onderzoek. De koppeling tussen marketing en onderzoek is essentieel en biedt ons, via bijvoorbeeld de Bezoekers Effect Monitor Utrecht, inzichten in onze bezoekers, waar ze vandaan komen, wat ze doen, leuk vinden en hoe de

campagne wordt ontvangen en waarin we moeten bijsturen.

Wat levert het de stad op?

Naast een hogere 'top of mind' positie bij onze doelgroepen biedt de campagne de mogelijkheid om onze citymarketing inspanningen nauwkeurig te meten. We kunnen de extra bezoekers van het centrum van Utrecht (zij die de campagne-uitingen een of meerdere keren hebben gezien) meten binnen de singel. In 2025 zijn er – op basis van deze metingen – 284.000 extra bezoekers naar de stad getrokken. Gemiddeld geeft een bezoeker 70 euro uit bij een dag bezoek aan Utrecht. Dit zou betekenen dat de Always-on bezoekerscampagne, die 284.000 extra bezoekers naar het centrum trok, in potentie ruim 19,8 miljoen extra bestedingen in het centrum opleverde door bezoekers.

Dus wij zetten deze samenwerking, gericht op het aantrekken van duurzaam bezoek, voort met veel enthousiasme én nieuwe inzichten.

Anne Wouters
Manager Marketing & Communicatie bij Utrecht & Partners



- Het totale aantal bezoeken aan het centrum bleef afgelopen jaar nagenoeg gelijk met ca. 33 miljoen bezoeken.
- Het aantal unieke Nederlandse dagbezoekers dat Utrecht in 2024 heeft bezocht bedraagt 2,7 miljoen. In combinatie met een bezoekfrequentie van 3,5 zijn dit 9,3 miljoen bezoeken per jaar. Dit is +2% ten opzichte van 2023.
- Aandeel Avontuurzoekers in de totale bezoekersmix van Utrecht: 13%.
- Aandeel Stijlzoekers in de totale bezoekersmix van Utrecht: 21%.
- Top 3 activiteiten van bezoekers: winkelen, lunchen/dineren en musea/cultuur.
- De meeste bezoekers blijven tussen de 4 en 6 uur in Utrecht.
- Verhouding dag/verblijfsbezoek: 93% dagbezoek en 7% verblijfsbezoek.
- Vervoermiddel: 44% komt met trein, meeste van alle steden. 42% met auto.
- In totaal bezoeken 5,5 miljoen Duitsers en 1,4 miljoen Belgen de provincie Utrecht. Voor Duitsers en Belgen die de provincie bezoeken gaat tussen 83% en 88% een dagje naar Utrecht stad.
- Een Belg geeft €185 per persoon per dag uit, een Duitser iets minder: €140.
- De populairste dagen voor horeca in 2025 : zaterdag (18%), gevolgd door vrijdag (17%) en donderdag (15%).
- De populairste dagen in 2025 voor de retail: zaterdag (18%), gevolgd door vrijdag (16%) en woensdag (14%).
- De populairste dagen in 2025 voor cultuur: zondag (16%), gevolgd door zaterdag (15%) en woensdag (14%).
- De Horeca gebieden en pleinen worden meer door de bewoners uit de stad bezocht dan de Retailgebieden (horeca 37% versus retail 28%), terwijl de Retailgebieden een breder verzorgingsgebied kennen en juist afhankelijker zijn van bezoek uit de provincie Utrecht bedienen (horeca 16% versus retail 23%) en bezoek van buiten de provincie (45%).
- De cultuursector is voor haar bestaansrecht beduidend afhankelijker van landelijk publiek (56%) en slaagt er met haar aanbod in om met name uit de provincies Noord- en Zuid-Holland publiek aan te spreken.

Meer feiten en cijfers over de stad en de regio? Neem eens een kijkje in de Kennisbibliotheek van Utrecht & Partners: <https://utrecht.visitorinsight.nl/> of op het data dashboard van CmU.



Union House, het voormalige Tivoli, is zo'n voorbeeld van een kwaliteitsimpuls in het bezoekersaanbod.

Samen aan de slag in de stad

Utrecht bruist. In het centrum, maar net zo goed in winkelstraten in de wijken, op bedrijventerreinen en in nieuwe stadsdelen. Overal waar ondernemers samenkomen, ontstaat beweging. En waar beweging is, groeit initiatief. Dat is de kracht van samen.

In het centrum hebben we het afgelopen jaar opnieuw gezien wat gerichte samenwerking oplevert. Onder regie van Centrummanagement Utrecht zijn er wederom concrete stappen gezet om het hart van de stad aantrekkelijk en toekomstbestendig te houden. Denk aan de doorontwikkeling van evenementen die bezoekers naar het centrum trekken, investeringen in aankleding zoals sfeerverlichting die zorgen voor herkenbaarheid en kwaliteit, en gezamenlijke inzet op veiligheid en gastvrijheid. CmU vervult daarbij een cruciale rol: zij verbindt ondernemers, stemt af met gemeente en partners en zorgt dat plannen niet op de tekentafel blijven liggen. Dat samenspel tussen ondernemers en CmU maakt het verschil, zichtbaar op straat.

Samenhang en uitstraling

Ondernemersfonds Utrecht (OfU) ziet die energie in de hele stad. Niet alleen binnen afzonderlijke ondernemersverenigingen, maar steeds vaker ook tussen verenigingen onderling. Op de Utrechtse bedrijventerreinen wordt al jaren collectief geïnvesteerd in camerabeveiliging en veiligheid – een aanpak die zijn waarde ruimschoots heeft bewezen. Rondom het Jaarbeursplein werken verschillende collectieven samen aan sfeerverlichting en programmering om het



gebied meer samenhang en uitstraling te geven. In meerdere kantoorgebieden wordt gezamenlijk opgetrokken in vergroeningstrajecten, waarbij ondernemers investeren in een aantrekkelijker en duurzamere werkomgeving.

Collectieve ambitie

Wat opvalt, is dat samenwerking steeds minder vrijblijvend is. Ondernemers weten elkaar beter te vinden, delen kennis en trekken samen op in grotere vraagstukken zoals bereikbaarheid, duurzaamheid en gebiedsprofilering. De stap van individueel belang naar collectieve ambitie wordt steeds vanzelfsprekender.

Lokaal eigenaarschap

OfU vormt daarbij de stabiele basis. Alle ondernemers en vastgoedeigenaren met een niet-woning betalen via de OZB een extra opslag van 11,1 %. Deze middelen worden per gebied beschikbaar gesteld in zogeheten trekkingsgebieden. Ondernemers bepalen daar samen waar zij in investeren. Het fonds faciliteert, toetst en zorgt voor een zorgvuldige financiële afhandeling, maar de inhoudelijke keuzes liggen in het gebied zelf. Juist die combinatie van stedelijke solidariteit en lokaal eigenaarschap maakt het model krachtig. Het zorgt ervoor dat ieder gebied kan werken aan zijn eigen prioriteiten, terwijl we gezamenlijk investeren in een sterke stad.

Terugkijkend zien we hoeveel er al is bereikt. Vooruitkijkend weten we dat de opgaven niet kleiner worden. Samen aan de slag in de stad is geen tijdelijke ambitie. Het is een blijvende manier van werken. Zo blijven we bouwen aan een ondernemend, aantrekkelijk en toekomstbestendig Utrecht: samen impact maken, in het centrum en ver daarbuiten.

Kyra, Redmar, Nadadja en Samantha
Ondernemersfonds Utrecht



Voortgang centrumkwartieren

Social media lekker op stoom

We blikken terug op weer een succesvol jaar van social media inzet voor de centrumkwartieren. De socials van het Unikwartier, het Museumkwartier, het Domkwartier en het Vredenburgkwartier worden sinds 2023 aangestuurd door The Projects. Deze centrale aanpak leverde ook afgelopen jaar weer een uitstekend resultaat op. De social mediakanalen kwamen in 2026 echt lekker op stoom met inmiddels bijna 50.000 geïnteresseerden die de content op de voet volgen.

Meer dan 19 duizend nieuwe volgers

De groei van de Instagram-kanalen van de vier kwartieren (exclusief het Stadhuiskwartier) zette ook dit jaar door. En we deden er zelfs nog een schepje bovenop. Met maar liefst 19.300 nieuwe volgers groeiden we bijna dubbel zo hard als het jaar daarvoor. Het totale aantal volgers kwam uit op 48.021 (per 1 februari 2024). Het Museumkwartier en het Unikwartier maakten allebei een sprint met vijfduizend nieuwe volgers. Maar het Domkwartier groeide nog sneller met 6.500 nieuwe fans en pakte daarmee de koppositie terug met initieel 13.900 volgers. Ook het Unikwartier presteerde beter dan vorig jaar en mocht wederom duizenden nieuwe volgers verwelkomen. Helaas blijft het Vredenburgkwartier structureel achter, maar toch is ook dit account sterk gegroeid naar 9.200 volgers.

Meer dan twee miljoen mensen bereikt

In 2025 bereikten we met alle posts, reels en stories opgeteld wederom iets meer dan twee miljoen personen. Uiteraard zijn het soms dezelfde accounts die onze content zien, maar desondanks kunnen we stellen dat met de social media van de vier centrumkwartieren een aanzienlijk publiek wordt bereikt. Dit grote bereik wordt voornamelijk gerealiseerd door micro-promoties. We zien dat content met betaalde exposure ongeveer 500 procent meer bereik heeft dan berichten met alleen organisch bereik.

Afhankelijk van de content richten we onze peilen qua promotie op inwoners van de stad Utrecht, vaak ook de omliggende regio en in sommige gevallen heel Nederland. Dit laatste doen we vooral bij toeristisch aantrekkelijke sfeerbeelden of interessante activiteiten voor dagjesmensen en vakantiebezoekers.

Blijde fans van centrum Utrecht

Naast het aantal volgers en het bereik is het natuurlijk belangrijk dat kijkers blij worden van de geposte content. Gelukkig zien we ook dat terug in de cijfers. In totaal werd afgelopen jaar ruim 55 duizend keer een bericht geliket, een stijging van 15. Hierbij valt op dat het Domkwartier en het Museumkwartier met hun pittoreske en historische straten en grachten, de show stelen. Zij zijn samen goed voor bijna tweederde van alle likes. Maar de bijzondere spots van het Unikwartier blijken ook zeer op prijs gesteld te worden. Mooie filmpjes of plaatjes van de gebouwen en de omgeving worden over het algemeen hoger gewaardeerd dan content die een specifieke zaak promoot. Maar het één kan niet zonder het ander. Met de meer algemene sfeervolle content wekken we interesse voor jouw stukje Utrecht, waardoor op den duur meer potentiële kopers door jouw straat zullen wandelen.

Altijd genoeg te verbeteren

Uiteraard is er altijd genoeg te verbeteren. Daarom kunnen we niet wachten om in 2026 onze aangescherpte ambities waar te maken. Op naar de 70.000 volgers en nog meer impact! Komend jaar zullen we bij elk kwartieroverleg een keer aanschuiven om te horen wat er goed gaat én wat er volgens jullie kan worden verbeterd.

Sven Willemse
The Projects



Een jaar in beeld



In 2025 lanceerden we met Centrummanagement Utrecht en gemeente Utrecht als onderdeel van de City Deal Dynamische Binnensteden het magazine STATHE: een weekend perspectief én uitnodiging aan ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners en gemeente om aan de slag te gaan met de toekomst van het centrum.



Op 18 december opende CmU-voorzitter Arjan Kleuver op het Janskerkhof Klanken van Kleur.



In december onthulde Maria de Lorenzo-Ma een informatiebord op de muur van stadskasteel Drakenburg. Met het informatiebord wil de gemeente Utrecht graag de geschiedenis van één van haar kroonjuwelen vertellen.

Aandachtsgebied Ondersteuning en Ontwikkeling

Ondernemers verbinden en inspireren

Samen zetten wij ons in om ondernemers en vastgoedeigenaren in het centrum met elkaar te verbinden en te inspireren. Dit doen we door het organiseren van centrumkwartieroverleggen, inspiratiesessies en trainingen, en door actief gebruik te maken van de CmU Community. Zo faciliteren we kennisdeling, samenwerking en onderlinge betrokkenheid.

Vorstelijke klantbeleving

Tijdens de jaarbijeenkomst nam spreker Sydney Brouwer ons mee in de wereld van klantgerichtheid en klachtbeleving. Naar aanleiding hiervan organiseerden we de sessies Een kijkje achter de schermen. We waren te gast bij Lars van Le Jardin en Hans van Oil & Vinegar. Beiden deelden hun visie op klantbeleving en gaven ondernemers een inkijk in hun bedrijfsvoering.

Klantbeleving

De positieve reacties bevestigen het belang van dit thema. In 2026 geven we hier vervolg aan met aanvullende inspiratiesessies gericht op klantbeleving en gastvrijheid. Daarnaast bestond de intentie om een prijs in het leven te roepen voor de ondernemer die klantbeleving het beste weet vorm te geven. Hiervoor werd een project opgezet waarin ondernemers zouden werken met de Net Promoter Score (NPS), een methode waarmee bezoekers hun ervaring beoordelen via een standaard vragenlijst. Helaas bleek het animo onder ondernemers onvoldoende om dit project in 2025 te realiseren.

Onderlinge samenwerking

In 2025 is ingezet op het versterken van de onderlinge samenwerking. De samenwerking met brancheverenigingen voor retail en horeca wordt geïntensiveerd, waarbij gezamenlijk wordt verkend hoe ondernemers beter begeleid kunnen worden bij actuele vraagstukken. Daarnaast betrekken we ondernemers steeds actiever bij het initiëren van nieuwe activiteiten en

het verbeteren van de binnenstad. Via de CmU Community en de centrumkwartieroverleggen brengen we ondernemers met elkaar in contact. Deze overleggen hebben inmiddels geleid tot goed bezochte jaarlijkse evenementen, zoals Unikwartier Schuurt, Verrassend Vredenburgkwartier en Montmartre aan de Gracht in het Museumkwartier. In 2025 zijn per kwartier brainstormsessies georganiseerd om ook in andere gebieden vergelijkbare initiatieven te ontwikkelen. In 2026 hopen we deze plannen verder te concretiseren.

Kennis en Ontwikkeling

Om nieuwe en bestaande ondernemers beter wegwijs te maken in het centrum is, samen met ondernemers, bepaald welke informatie voor hen relevant is. Dit resulteerde in de introductie van een informatiewaaiër met praktische informatie over ondernemen in de binnenstad, contactgegevens van relevante instanties en de rol van het centrummanagement.

Via de CmU Community houden wij onze achterban op de hoogte van de activiteiten van CmU en van actuele ontwikkelingen in het centrum. Ondernemers ontvangen hier onder andere informatie over bereikbaarheid, bedrijfsafval en passantentellingen.

Naast deze vormen van ondersteuning voor ondernemers organiseren we ook dit jaar verschillende gratis workshops en trainingen die je als ondernemer helpen bij digitaliseringsvraagstukken en het inzetten van AI bij je bedrijfsvoering. Samen met de brancheorganisaties INretail en KHN gaan we dit jaar de ondersteuning richting ondernemers uitbreiden zodat we ze nog gericht kunnen helpen met juridische, administratieve, bedrijfseconomische en verzekeringstechnische vragen.

**Verantwoordelijk vanuit het bestuur:
Hans Berkhuijsen en Alice de Gelder**

Aandachtsgebied **Bereikbaarheid**

Goed bereik met alle vormen van vervoer

Het afgelopen jaar ging opnieuw veel aandacht naar de voorgenomen knip op de Catharijnesingel en naar de bereikbaarheid voor logistieke partijen tot het centrum. Daarnaast kijken we vooruit naar onderwerpen zoals de MIRT-verkenning en de ov-verbinding richting Nieuwegein.

Bereikbaarheid

Een goede bereikbaarheid van het centrum is belangrijk. Dat geldt voor alle bezoekers: voetgangers, fietsers, ov-gebruikers en automobilisten. Ons basisuitgangspunt is daarbij een robuuste bereikbaarheid. Dus: altijd binnen 10 minuten een centrum-parkeergarage bereikbaar om de reis te vervolgen en om daarna ook binnen 10 minuten op de eindbestemming te kunnen zijn. Elk vervoersmiddel kent zijn eigen type klant, met verschillende koopmotieven en bezoekfrequenties. Zo komt een fietser vaak, maar besteedt gemiddeld minder. Een automobilist komt minder vaak, maar besteedt per bezoek doorgaans meer.

Knip

De knip op de Catharijnesingel is al langer een wens van de gemeente. Een afsluiting die de stad feitelijk verdeelt in een noordelijk en een zuidelijk deel. Wij hebben twijfels over deze maatregel. Inmiddels lopen er bezwaarprocedures vanuit CmU en diverse andere organisaties. Ook hebben wij externe deskundigen de plannen laten beoordelen. Zij plaatsen, net als wij, grote vraagtekens bij nut en noodzaak van de maatregel, mede door het ontbreken van een goede onderbouwing.

Logistiek

Een goed functionerend centrum kan niet zonder logistiek. Onderwerpen zoals zero-emissie en werfkelders spelen hierbij een grote rol. Wij begrijpen het belang van bescherming van de werfkelders, maar vragen ons af of alle gewichtsbeperkende maatregelen noodzakelijk zijn en welke

tijdsvensters voor bevoorrading acceptabel zijn. Afgelopen jaar hebben wij hierover intensief samengewerkt met de gemeente Utrecht en vertegenwoordigers van vervoerders. Dit heeft geleid tot ruimere venstertijden dan oorspronkelijk gepland, beter inzicht in logistieke routes met gewichtsbepalingen en meer praktische mogelijkheden. Wij hopen dit jaar te komen tot een nog betere samenwerking.

MIRT-verkenning

Voor de langere termijn volgen wij ook de MIRT (Meerjarenprogramma Infrastructuur, Ruimte en Transport) verkenning. Daarbij vinden wij goede verbanden tussen P+R-voorzieningen en het centrum belangrijk, evenals een goede aansluiting van toekomstige ov-haltes op het centrum. Zo kunnen potentiële extra bezoekers het centrum eenvoudig bereiken.

Daarnaast zijn wij betrokken bij diverse andere projecten, zoals het Lombokplein (Westplein). Ook dit proces blijven we kritisch volgen. We hebben inmiddels gesprekken gevoerd met de verantwoordelijke wethouder. Positief is dat we het eens zijn over het belang van een goed overzicht van alle grote projecten en hun onderlinge samenhang. Hiervoor pleiten wij al jaren.

**Verantwoordelijk vanuit het bestuur:
Jan Hagenouw en Rinus Griep**



Aandachtsgebied Marketing

Vertragen, ontdekken en genieten

Het afgelopen jaar stond voor ons in het teken van het verder versterken van de aantrekkingskracht van het Utrechtse centrum.

Met de bezoekerscampagne 'Neem je tijd' zetten we een duidelijke koers door: Utrecht positioneren als een plek waar je mag vertragen, ontdekken en genieten. Van bijzondere retail, gastvrije horeca en een rijk cultureel aanbod. De campagne sluit naadloos aan op het gezamenlijke merkverhaal van Utrecht – verbindend, persoonlijk en innovatief – zoals ontwikkeld in samenwerking met het Utrecht Brand Team. Door consistent en gericht te investeren in zichtbaarheid, bereik en doelgroep- benadering bouwen we aan structurele versterking van het centrum. Niet alleen meer bezoekers, maar vooral de juiste bezoekers: mensen die passen bij het karakter van de stad en bijdragen aan duurzame bestedingen.

Beleving als onderscheidend vermogen. Na het succes van Kleur de Stad, dat duizenden bezoekers naar het centrum trok, lanceerden we dit jaar een nieuwe editie: Klanken van Kleur. Een project waarin licht,

muziek en creativiteit samenkwamen en de stad letterlijk en figuurlijk lieten stralen. In samenwerking met het HKU Utrechts Conservatorium, dat dit jaar haar 150-jarig bestaan viert, kreeg het centrum een eigentijdse culturele impuls. Daarmee laten we zien dat marketing niet alleen promotie is, maar ook programmering en beleving. Het versterken van de identiteit van het centrum.

Europese erkenning

Begin dit jaar ontvingen we in Brussel een bijzondere erkenning: de tweede prijs in de verkiezing European Capital of Small Retail. Een waardering voor de gezamenlijke inzet van ondernemers, vastgoedeigenaren, partners en de stad als geheel. Deze prijs bevestigt dat de Utrechtse aanpak werkt: samenwerken, investeren in kwaliteit en kiezen voor een centrum waar zelfstandige ondernemers en sterke ketens elkaar versterken.

Zakelijke bezoekers en evenementen

Naast leisurebezoekers blijven we ook inzetten op het aantrekken van zakelijke bezoekers naar de zakelijke locaties in het centrum. We verbeteren de digitale Venuefinder, zodat congres- en vergaderlocaties beter vindbaar zijn voor organisatoren. Met gerichte campagnes brengen we deze locaties onder de aandacht bij de juiste doelgroepen.

Daarnaast hebben we budget gereserveerd om jaarlijks terugkerende evenementen verder te versterken. Door gerichte promotie en slimme doelgroepselectie vergroten we hun bereik én hun economische impact op het centrum.

Met campagnes, culturele projecten en strategische samenwerkingen bouwen we verder aan een centrum dat aantrekkelijk, gastvrij en toekomstbestendig is. Een plek waar bewoners en bezoekers graag komen en vooral: graag terugkomen.

**Verantwoordelijk vanuit het bestuur:
Leontien Lems en Maryse François**



Samen verantwoordelijkheid nemen

Een aantrekkelijk centrum begint bij de openbare ruimte. Schoon, groen en verzorgd. Een plek waar bezoekers zich welkom voelen en ondernemers trots op zijn. Afgelopen jaar lag onze focus nadrukkelijk op schoon, groen en aantrekkelijk. Dat thema zetten we dit jaar voort, met meer ambitie en meer instrumenten om samen het verschil te maken.

Het schoon en aantrekkelijk houden van de stad is een continu proces. We werken daarin nauw samen met de gemeente, maar stimuleren ook ondernemers, bewoners en bezoekers om hun aandeel te nemen. Een centrum maak je samen.

Zwerfafval

Concreet hebben we samen met de gemeente een pilot uitgevoerd waarbij op specifieke hotspots extra rondes werden gereden om zwerfafval sneller op te halen. Deze intensivering leidde tot meerkosten bij Stadsbedrijven. Afgelopen jaar konden deze kosten nog intern worden opgevangen door extra budget toe te kennen aan het inzamelen in het centrum. Op de langere termijn is dit echter niet structureel houdbaar.

Komend jaar moeten we daarom met de gemeente in gesprek over hoe deze extra inzet duurzaam kan worden geborgd en gefinancierd. In de basis blijft afvalinzameling een verantwoordelijkheid van de gemeente. Tegelijkertijd zien we dat we een gedeeld belang hebben bij een schoon centrum en zijn we bereid om mee te denken over oplossingen die bijdragen aan kwaliteit én uitvoerbaarheid.

Zo Gemeld

Daarnaast roepen we iedereen op om gebruik te maken van het gemeentelijke meldpunt 'Zo Gemeld' om zwerfvuil, schade of overlast eenvoudig te melden. Hoe sneller signalen binnenkomen, hoe sneller er gehandeld kan worden. Een goed wer-

kende meldstructuur is essentieel voor een verzorgd centrum.

Groen

In het kader van vergroening zijn er in 2025 in totaal zes voetbalvelden aan nieuw groen bijgekomen in de stad. Binnen samenwerkingsverbanden, onder andere rond Tivoli en Achter Clarenburg, is op meerdere plekken extra groen gerealiseerd. Vergroening draagt niet alleen bij aan uitstraling en klimaatadaptatie, maar verhoogt ook de verblijfskwaliteit. Die lijn willen we de komende jaren actief voortzetten.

Van inspiratie naar uitvoering

Met het magazine Stathe hebben we afgelopen jaar inspiratie geboden over wat mogelijk is wanneer publieke en private partijen samen investeren in kwaliteit van de openbare ruimte. Het magazine liet zien hoe vergroening, inrichting en ontwerp de beleving van een centrumgebied structureel kunnen versterken. Komende periode bouwen we daarop voort. We werken aan een uitgebreider plan én een praktisch handboek met concrete instrumenten voor het kernwinkelgebied. Daarmee willen we ondernemers en vastgoedeigenaren handvatten geven om samen met de gemeente te investeren in uitstraling, vergroening en ruimtelijke kwaliteit.

Kunst

Ook kunst krijgt hierin een plek. In samenwerking met de Utrechtse designers van GLUE en studenten van de HKU verkennen we mogelijkheden voor muurkunst en kunst in de openbare ruimte. Niet als losse initiatieven, maar als gerichte kwaliteitsimpulsen die identiteit, creativiteit en beleving versterken.

De basis op orde

Een groeiend aandachtspunt is de overlast van verkeerd aangeboden afval. Afvalzakken en containers die te vroeg of onjuist worden neergezet, worden opengetrokken door statiegeldjagers op zoek naar blikjes en flessen. Daarnaast zorgen dieren die op

zoek zijn naar voedsel voor het openhalen van zakken. Het gevolg is rommel op straat, extra schoonmaakkosten en een negatieve uitstraling van het centrum. Samen met de gemeente onderzoeken we hoe we dit probleem structureler kunnen aanpakken. Dat vraagt om betere handhaving, duidelijke communicatie over aanbiedregels én slimme oplossingen die het openhalen van afval verminderen. Daarnaast willen we komend jaar ook met de gemeente bekijken hoe we overlast door graffiti aan kunnen pakken. Een van de gedachten hierbij is een 0-beurt in combinatie met een onderhoudscontract waarbij we kosten met de gemeente Utrecht willen delen.

Op de begroting is daarom een stevig budget gereserveerd voor projecten die bijdragen aan zowel de basis op orde als kwaliteitsverbetering. Investeren in de openbare ruimte is investeren in het economisch fundament van het centrum. Daarbij zoeken we nadrukkelijk samenwer-

king met partners die eveneens belang hebben bij een hoogwaardige binnenstad. Hotels bijvoorbeeld, die via de toeristenbelasting bijdragen aan de stad en die er belang bij hebben dat hun gasten verblijven in een schoon, groen en aantrekkelijk centrum. Samen kunnen we hier meer impact maken.

Een sterke openbare ruimte ontstaat niet vanzelf. Die vraagt aandacht, samenwerking en heldere verantwoordelijkheden. Samen aan de slag in het centrum betekent ook: samen verantwoordelijkheid nemen voor de ruimte die we delen. Zo bouwen we verder aan een centrum dat schoon, groen, aantrekkelijk én toekomstbestendig is.

**Verantwoordelijk vanuit het bestuur:
Tom Broekman, Marjolein Veenhof en
Amos van Praagh**



In 2025 werd de Neude heringericht.

Een toekomstbestendige aanpak

Wervonderhoud in Utrecht, betekent investeren in erfgoed. Maar tegen welke prijs? De Utrechtse werven zijn iconisch. Ze horen bij de geschiedenis én de identiteit van onze stad. Het is logisch dat dit bijzondere erfgoed goed wordt verzorgd.

Dat laatste kwam er de afgelopen decennia niet van waardoor een achterstand in het onderhoud is ontstaan. Omdat niemand twijfelt aan het belang van veiligheid, duurzaamheid en behoud, is het goed dat dit onderhoud nu aangepakt wordt. De gemeente organiseert dit grote project. Maar daarbij rijst een belangrijke vraag: gebeurt dit op een eerlijke manier voor alle betrokkenen?

Een megaproject met dito impact

Het wervonderhoud is technisch ingewikkeld en kost veel geld. De totale kosten lopen in de honderden miljoenen euro's, een van de grootste uitgavenposten op de begroting van de gemeente in de komende decennia. Ook de gevolgen voor de stad zelf zijn groot. Steigers, afsluitingen en beperkte toegang tot kades en werven zullen niet weken of maanden, maar jaren zichtbaar en merkbaar zijn. Voor ondernemers betekent dit slechtere bereikbaarheid, zowel voor leveringen als voor klanten. Minder zichtbaarheid en onzekerheid over bezoekers, met omzetverlies tot gevolg. Voor vastgoedeigenaren zet dit druk op huurinkomsten en exploitatie. Het centrum draait op toegankelijkheid. Langdurige verstoringen raken hier direct het economische leven.

Een scheve verdeling van kosten

De gemeente betaalt een groot deel van het herstel. Het resterende bedrag wordt doorbelast aan eigenaren. Wat wringt, is de voorgestelde verdeling van de kosten. Particuliere eigenaren betalen ongeveer 20 procent en kunnen gebruikmaken van gunstige, gesubsidieerde leningen. Zakelijke eigenaren moeten ongeveer twee keer zoveel bijdragen en hebben ook

nog eens geen toegang tot goedkopere leningen.

Ondernemers en commerciële vastgoedeigenaren betalen al veel via belastingen terwijl ze tegelijk de economische motor van het centrum zijn. Ze zorgen voor werkgelegenheid en levendigheid, waar de hele stad van profiteert. Daarnaast kunnen particuliere eigenaren aanspraak maken op subsidies of tegemoetkomingen. Zakelijke partijen niet of slechts zeer beperkt. Ondernemers betalen niet alleen meer, ze krijgen ook minder ondersteuning.

Op weg naar een toekomstbestendige aanpak

Wervonderhoud is noodzakelijk. Juist daarom is een zorgvuldige, transparante en rechtvaardige financiering belangrijk. Een toekomstbestendige aanpak zou moeten zorgen voor een eerlijke verdeling tussen gemeente en eigenaren en een zo groot mogelijke deelname aan dit project. Daarnaast moet er duidelijke uitleg over kosten en risico's komen en een zeer ruime planning in tijd (5 jaar ten minste) met zo min mogelijk hinder en waar nodig compensatie. Als laatst is structureel overleg over planning met ondernemers en vastgoedeigenaren als volwaardige partners noodzakelijk.

Het Utrechtse centrum is van ons allemaal. Gedeelde verantwoordelijkheid betekent ook gedeelde lasten – niet één groep onevenredig zwaar belasten. Investeren in dit erfgoed is investeren in de toekomst. Laten we ervoor zorgen dat die toekomst ook economisch sterk, bereikbaar en eerlijk blijft. De VCOC (Vereniging Commercieel Onroerend goed Centrum) zet zich hier namens de vastgoedeigenaren voor in. Bezit jij vastgoed in het centrum, of ken jij iemand die dat bezit, word dan lid!
www.vcoc.nl

**Verantwoordelijk vanuit het bestuur:
Gijsbert Wolleswinkel en Arjan Kleuver**

Begroting CmU 2026

Trekkingsrecht 2026	€	1.870.000,00	
Nacalculatie OZB	€	125.000,00	
Restant Trekkingsrecht	€	800.000,00	€ 2.795.000,00
<i>Inkomsten derden</i>			€ 337.500,00
Bijdrage belangenvereniging HC 2026	€	35.000,00	
Bijdrage SUM	€	20.000,00	
Bijdrage HC aan bezoekerscampagne	€	125.000,00	
Initiatievenfonds/EZ	€	25.000,00	
Gemeentelijke bijdrage hanging baskets	€	40.000,00	
SLIM subsidie	€	92.000,00	
Teruggave BTW		PM	
Te besteden 2026			€ 3.132.500,00

Uitgaven			
<i>Bestuurskosten</i>			€ 45.000,00
Voorzitter	€	16.800,00	
Jaarbijeenkomst	€	17.000,00	
Administratieve kosten	€	2.500,00	
Verzekeringen	€	1.000,00	
Kosten vergaderingen en bijeenkomsten	€	4.950,00	
Huur voor kantoor/opslag	€	2.750,00	
<i>Centrumbrede economische activatie</i>			€ 2.500.000,00
Centrummanagement organisatie	€	200.000,00	
Aandachtspunt 1: Marketing	€	1.200.000,00	
Aandachtspunt 2: Bereikbaarheid	€	25.000,00	
Aandachtspunt 3: Openbare ruimte	€	517.000,00	
Aandachtspunt 4: Toekomst & Onderzoek	€	50.000,00	
Aandachtspunt 5: Ontwikkeling ondernemers	€	35.000,00	
Sfeerverlichting	€	300.000,00	
Hanging baskets	€	80.000,00	
<i>Economische activatie centrumkwartieren</i>			€ 320.000,00
Aanvragen voor economische activatie	€	250.000,00	
Centrumcoach		51.500,00	
Versterking Jaarlijkse evenementen Kwartieren	€	18.500,00	
<i>Communicatie</i>			€ 65.300,00
Jaarlijkse kosten CmU Community	€	20.000,00	
Onderhoud en activatie community	€	5.000,00	
Communicatie rondom Jaarbijeenkomst	€	2.600,00	
Communicatie algemeen	€	31.000,00	
- Nieuwsbrief, website	€	1.500,00	
- Communicatie trainingen en workshops	€	5.150,00	
BTW			€ 25.000,00
Onvoorzien			€ 177.200,00
Totaal			€ 3.132.500,00

Heb je ideeën of feedback over deze begroting laat het ons dan weten via info@cmutrecht.nl



Alice de Gelder



Hans Berkhuijsen



Leontien Lems



Maryse François



Gijsbert Wolleswinkel



Arjan Kleuver



Jan Hagenouw



Rinus Griep



Tom Broekman



Marjolein Veenhof



Amos van Praagh



Jeroen Roose-
van Leijden

Wie is wie, wie doet wat en hoe kun je hen en ons bereiken?

Ontwikkeling en Ondersteuning

Alice de Gelder – De Bijenkorf

Grootwinkelbedrijven centrum
alice.de.gelder@debijenkorf.nl
06-31642467

Hans Berkhuijsen – Oil & Vinegar (bestuurslid)

Zelfstandig ondernemers centrum
utrecht@oilvinegar.nl
06-53964823

Marketing

Leontien Lems – Spoorwegmuseum (bestuurslid)

Samenwerkende Utrechtse Musea
l.lems@spoorwegmuseum.nl
06-58855758

Maryse François – Winkel van Sinkel (bestuurslid)

KHN – afdeling Utrecht
maryse@dwinkelvansinkel.nl
06-54304489

Toekomst en Onderzoek

Gijsbert Wolleswinkel – Vastgoedeigenaar (bestuurslid)

VCOC
post@wolleswinkel.eu
06-53662120

Arjan Kleuver (voorzitter)

voorzitter@cmutrecht.nl
06-42679066

Bereikbaarheid

Jan Hagenouw – Hagenouw Eten & Drinken (bestuurslid)

Belangenvereniging Hoog Catharijne
jan@hagenouw.net
06-54312512

Rinus Griep – Centre Director Hoog Catharijne (adviseur)

Klepierre
rinus.griep@klepierre.com
06-31911188

Openbare ruimte

Tom Broekman – Broekman/De Rode Winkel

(secretaris/penningmeester) VCOC
tombroekman@broekmanderodewinkel.nl
06-20738393

Marjolein Veenhof – Juwelier Punte

Ondernemers Vredenburgkwartier
marjoleinveenhof@gmail.com
06-52824200

Amos van Praagh – Serviezenhuis Leeuwin

Zelfstandig ondernemers centrum
directie@leeuwin.nl

Management

Jeroen Roose-van Leijden

Centrummanager
centrummanager@cmutrecht.nl
06-39719777

Jacqueline Bots

Centrumcoach
centrumcoach@cmutrecht.nl
06-33011991

Communicatie

Thijs-Jan Lanning

TJ@Lawinecommunicatie.nl
06-16616285

Vastgoedoperator


Corneel Jonkers

corneel@projectbo.nl
06-41010217

Social Media Kwartieren

Sven Willemse

hallo@theprojects.nl
06-48193510



CmU zorgt voor een economisch sterk, vitaal en leefbaar centrum waarbij de belangen van ondernemers en vastgoedeigenaren van retail, horeca, musea en cultuur optimaal worden behartigd teneinde (nieuwe) bezoekers aan te trekken en herhaalbezoek te genereren.

Colofon

Dit jaarverslag van Centrummanagement Utrecht verschijnt eenmalig en is een uitgave van Centrummanagement Utrecht (CmU), een samenwerkingsverband van: Vereniging van Commercieel Onroerend goed eigenaren Centrum Utrecht – Samenwerkende Utrechtse Musea – KHN-afdeling Utrecht Stad – Belangenvereniging Hoog Catharijne.

Alle activiteiten en projecten van CmU worden gefinancierd door vastgoedeigenaren en ondernemers in het centrum van Utrecht vanuit hun trekkingsrecht bij Ondernemersfonds Utrecht.

Postadres

Postbus 506
3500 AM Utrecht
06-39719777
info@cmutrecht.nl
www.cmutrecht.nl

Concept, realisatie, redactie, eindredactie en coördinatie

Thijs-Jan Lanning
Meindert Witvliet
Jeroen Roose-van Leijden

Vormgeving

Annelies van Roosmalen

Fotografie

Thijs-Jan Lanning, Bas van Setten,
Coen Koppen Fotografie

Drukwerk

Multicopy Utrecht Centrum

Met dank aan

Susanne Schilderman, Jacqueline Bots, Arjan Klauver, Rinus Griep, Jan Hagenouw, Hans Berkhuijsen, Alice de Gelder, Sven Willemse, Kyra Kasel, Joost de Vries, Anne Wouters, Corneel Jonkers, Maryse François, Leontien Lems, Gijsbert Wolleswinkel, Tom Broekman, Marjolein Veenhof, Amos van Praagh