

Plan van Aanpak

BIZ Woonboulevard Utrecht

***Evaluatie van 2021-2025 & Plan van Aanpak
voor de verlenging van de Bedrijven Investerings Zone
2026-2030
voor Woonboulevard Utrecht***



Dit is een vervolg op de fase 2021-2025

Opdrachtgever: Vereniging Woonboulevard Utrecht (WBU)

Auteur: Jeroen Roose-van Leijden

Versie 03 februari 2025

INHOUDSOPGAVE

1 Inleiding en evaluatie	3
1.1 Algemeen	3
1.2 Evaluatie BIZ 2021–2025	7
1.3 Wat is een bedrijven Investeringszone (BIZ)	5
2. Visie & doelstellingen BIZ vereniging Woonboulevard Utrecht	15
2.1 Visie	15
2.2 Doelstellingen 2026–2030	18
3.1 Begroting	21
3.2 Heffing op grond van BIZ en heffingsklassen	23

BIJLAGEN

1 Inleiding en evaluatie voorgaande BIZ periode

Voor u ligt de evaluatie van de activiteiten die zijn uitgevoerd en gefinancierd vanuit een Bedrijven Investerings Zone (BIZ) op de Woonboulevard Utrecht in de periode 2021–2025. Dit is de derde periode waarin dit gebied gebruik heeft gemaakt van deze collectieve financieringsvorm voor realisatie van haar activiteiten binnen dit gebied. Tevens bevat dit document een Plan van Aanpak voor de verlenging van de BIZ voor de vierde periode van 2026–2030.

1.1 Algemeen

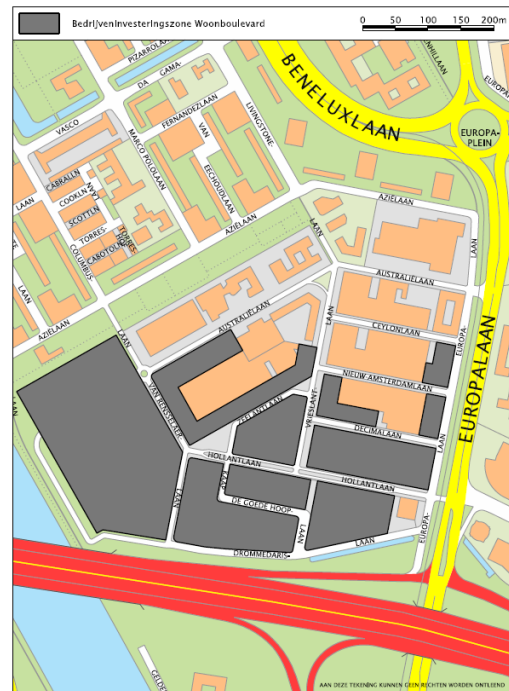
Woonboulevard Utrecht is grofweg gelegen tussen de zuidelijke rondweg van Utrecht (A12), de Europalaan, Australiëlaan, van Renselaarlaan en Dromedarislaan. Het gebied was van oorsprong een bedrijventerrein en is sinds de jaren '80 langzaam getransformeerd naar een woonboulevard. Binnen het gebied van de woonboulevard en vooral aan de noordoostelijke rand bevinden zich nog meerdere bedrijven/kantoren die niet gerelateerd zijn aan de woondetailhandel. In het woonwinkelcluster zijn in 2024 65 woonwinkels gevestigd en 2 horecazaken. Het gebied is overzichtelijk met een beperkt aantal ontsluitingen en vooral laagbouw. In de afgelopen BIZ periode zijn er op de Hollantlaan en de Zeelantlaan wel een aantal panden herontwikkeld waarbij ook de eerste etage in gebruik is genomen door woonwinkelconcepten.

De Woonboulevard Utrecht (WBU) is een van de oudste Woonboulevards van Nederland. De boulevard is niet als één project gerealiseerd zoals met veel andere, latere Woonboulevards en Woonmalls wel het geval is geweest.

Het gebied is als het ware “spontaan” ontstaan op een deel van het bedrijventerrein Kanaleneiland en het kent dus een mengvorm van bestaande omgebouwde industriepanden en enkele aparte projecten die in het algemeen ook alweer 25 jaar geleden gerealiseerd zijn. Gericht beleid van de gemeente Utrecht heeft er overigens in de afgelopen jaren wel aan bijgedragen dat er in de drie afgelopen BIZ periodes een verdere concentratie van de woonwinkels in het gebied heeft plaatsgevonden.

Het kaartje hiernaast geeft een exacte aanduiding van het gebied van de Woonboulevard Utrecht tot nu toe (grijze stukken) en binnen dat gebied zal ook een eventueel verlengde BIZ weer van kracht zijn.

Het gebied heeft hier en daar een wat verouderde uitstraling. De afgelopen BIZ periode is er dankzij investeringen vanuit de BIZ en in samenwerking met de gemeente wel een aanzet gedaan om de uitstraling van het gebied naar buiten toe te verbeteren en zijn de eerste stappen gezet om het gebied wat verder te vergroenen.



Overzichtsk kaartje WBU

De WBU een van de betere Woonboulevards van Nederland onder andere vanwege de gunstige ontsluiting aan de A12, een sterke marktpositie in het midden van het land (vanwege het brede aanbod) en het gratis parkeren (door de week na 11:00 uur en in het weekend gratis).

1.2 Wat is een bedrijven Investeringszone (BIZ)

Op 1 mei 2009 is de Experimentenwet BIZ in werking getreden. Deze wet bevat tijdelijke regels voor experimenten met een gebiedsgerichte bestemmingsheffing ten behoeve van aanvullende activiteiten van samenwerkende ondernemers, mede in het publieke belang. In 2014 is het experimenteer karakter eraf gehaald en is de nieuwe BIZ wet in werking getreden.

Een BIZ is een afgebakend gebied, waarin ondernemers gezamenlijk investeren in de aantrekkelijkheid, aantrekkingskracht en veiligheid van hun bedrijfsomgeving. Bij voldoende draagvlak betalen alle ondernemers mee aan de kosten ervan. De gemeente stelt een heffing in en keert de opbrengst in haar geheel uit aan de vereniging die de activiteiten namens de ondernemers uitvoert. De activiteiten van een BIZ zijn een aanvulling op die van de gemeente, zoals het verbeteren van verkeersvoorzieningen, schoonmaak, onderhoud en het verhogen van het veiligheidsniveau met cameratoezicht en mobiele surveillance. Maar de middelen kunnen ook ingezet worden voor professioneel parkmanagement en marketing ter versterking van de positie, uitstraling en imago van het gebied. Inzet van BIZ gelden voor marketing is in de nieuwe wet toegestaan en de WBU heeft hier de afgelopen BIZ periode gebruik van gemaakt en zal dit ook de komende BIZ periode gaan doen.

De BIZ is een instrument dat de ondernemers in staat stelt om gezamenlijk te investeren in hun bedrijfsomgeving en de organisatie en de lasten ervan evenwichtig te verdelen. Voor de invoering van een BIZ is het noodzakelijk dat:

- De ondernemers met elkaar bepalen welke activiteiten zij gezamenlijk wensen uit te voeren en het plan van aanpak onderschrijven;
- De ondernemers een Vereniging oprichten die activiteiten namens de ondernemers in een gebied uitvoert. Deze vereniging (officieel BIZ vereniging Woonboulevard Utrecht) is in 2011 al opgericht;
- De ondernemers met de gemeente hernieuwde afspraken maken en die vastleggen in een uitvoeringsovereenkomst;
- De gemeente zorg draagt voor een draagvlakonderzoek waarbij alle ondernemers in het gebied geïnformeerd worden en in de gelegenheid worden gesteld om zich voor of tegen instelling van een (verlengde) BIZ uit te spreken.

In de wet is opgenomen dat er mag worden overgegaan tot de heffing van de BIZ-bijdrage als aan de volgende drie voorwaarden is voldaan:

- 1.** De respons bij de draagvlakmeting is minimaal 50 procent;
- 2.** Van de respondenten is vervolgens minimaal 2/3 voor invoering BIZ;
- 3.** De voorstemmers vertegenwoordigen gezamenlijk meer WOZ-waarde dan de tegenstemmers.

De gemeenteraad stelt een verordening vast waarin onder meer wordt vastgelegd welke ondernemers bijdrageplichtig zijn, de hoogte van de BIZ-heffing, de afbakening van het gebied, welke activiteiten worden uitgevoerd en de naam van de vereniging of stichting die de activiteiten uit gaat voeren. Deze rechtspersoon krijgt de beschikking over de middelen.

1.3 Evaluatie BIZ 2021–2025

De sterke positie van de Woonboulevard Utrecht is in de derde BIZ periode uitgebouwd maar kan nog sterker. Wat is er in de derde periode zoal gebeurd.

Wij zijn open!

En je bent van harte welkom. Om veilig te kunnen winkelen houden wij de volgende regels aan:

De start van de BIZ periode viel midden in de Corona pandemie. In het eerste jaar van deze periode lag de focus dan ook vooral op het communiceren van de verschillende overheidsmaatregelen

richting ondernemers via nieuwsbrieven en op marketingcampagnes die bezoekers opriepen om zich te houden aan de veiligheidsmaatregelen en te benadrukken dat het mogelijk was om de winkels veilig te bezoeken dankzij de maatregelen die ondernemers hadden genomen.

Er is in 2022 in opdracht van de BIZ een plan opgesteld door Levanto om de uitstraling van het gebied te verbeteren. Het gebied oogde vanaf de buitenkant namelijk nog best sterk als een bedrijventerrein in plaats van een Woonboulevard.

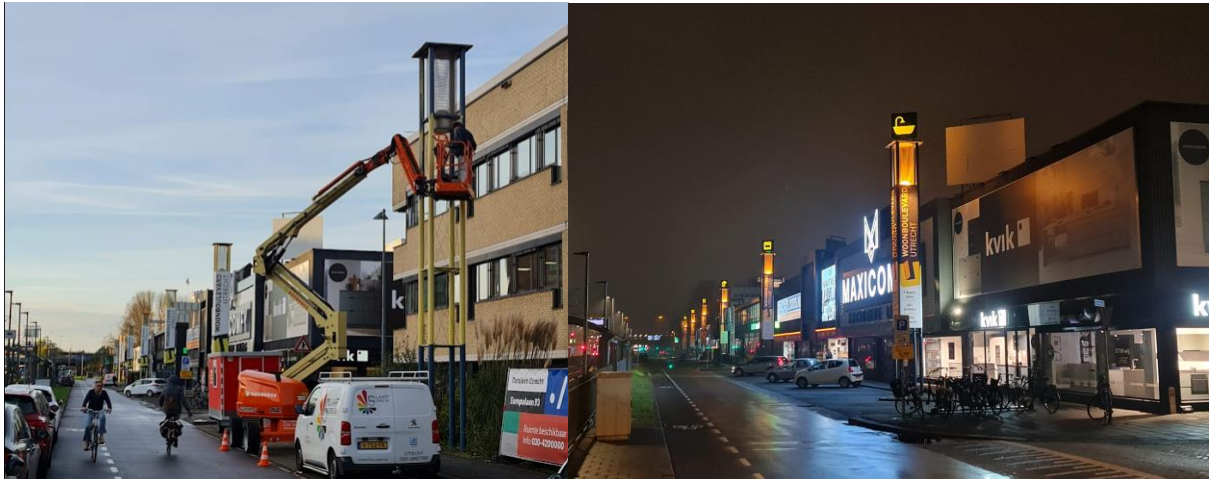
Als onderdeel van deze aanpak is toen een vernieuwde huisstijl ontwikkeld. Er is afscheid genomen van het zwart-geel en de huisstijl is vervolgens omgebouwd naar donkerblauw-goud. De huisstijl oogt daarmee minder 'goedkoop' en straalt wat meer 'klasse en kwaliteit' uit.

In de uitwerking en realisatie van dit plan hebben we dit nieuwe beeld niet alleen in de marketingcampagnes zichtbaar gemaakt maar ook in het fysieke gebied terug laten komen. Eerst zijn de banieren in het gebied vervangen en hebben we de doeken in de trotters op de Europalaan laten vervangen.



Nieuwe doeken op de trotters (Hollantlaan, van Renselaerlaan) en nieuwe banieren in het gebied

Vervolgens zijn ook de masten langs de Europalaan opnieuw geschilderd in lijn met de nieuwe huisstijl, voorzien van nieuwe doeken en op de masten zelf zijn de iconen geplaatst van de verschillende woondomeinen die zijn vertegenwoordigd op de Woonboulevard: wonen, koken, slapen, baden en buiten. Als zesde icoon is er een icoon voor horeca toegevoegd om ook Piazza La Basilico, 't Parkhuys en het restaurant van IKEA als groep weer te geven.



Oude en nieuwe situatie Europalaan: 's avonds zijn de wooniconen ook verlicht

En eerlijk is eerlijk het had wat voeten in de aarde maar eind 2024 is het vervolgens toch gelukt om, als pronkstuk van de nieuwe huisstijl en de door ondernemers langgekoesterde wens om de uitstraling als woonwinkelcluster ook aan de randen en naar buiten toe te benadrukken voor passerende bezoekers, logo en naam van de Woonboulevard Utrecht toe te voegen aan de mast van IKEA langs de A12. Sinds 2024 is het daarmee gelukt om op die manier het gebied vanaf de A12 nog beter zichtbaar te maken.



Een langgekoesterde wens: de Woonboulevard Utrecht zichtbaar op de mast van IKEA langs de A12

In 2022 is door het BIZ bestuur aan landschapsarchitect Marseille Buiten gevraagd welke mogelijkheden er zouden zijn om meer groen toe te voegen aan het openbaar gebied. Die vraag is vervolgens breed opgepakt door het bureau en naast aanbevelingen op het gebied van groen is ook gekeken naar mogelijke maatregelen om bij de entree van de Hollantlaan het gebied vriendelijker in te richten voor voetganger en fietser en om de verbinding te maken tussen de Kaap de Goede Hooplaan en de Zeelantlaan.

Samen met de gemeente Utrecht zijn vervolgens de eerste stappen gezet om meer groen in het gebied aan te brengen onder meer door het verwijderen van tegels en door gebruik te maken van enkele vakken bij het diagonaal parkeren op de Hollantlaan. Met die korte slag is er niet alleen veel groen toegevoegd en een groenere entree van de Hollantlaan gerealiseerd, we krijgen van ondernemers terug dat er door de nieuwe inrichting gevoelsmatig ook minder hard wordt gereden door auto's die via de Hollantlaan het gebied inrijden. Naast het toevoegen van groen zijn in overleg met Stadsbedrijven ook overbodige palen, zwerfkeien e.d. verwijderd om zo bij te dragen aan een minder rommelige uitstraling en een verzorgd gebied.



Vergroenen en verbeteren van de inrichting van de openbare ruimte op de Woonboulevard

Het gebied waar de Woonboulevard Utrecht in ligt valt in de A12 zone. Een van de gebieden die een wezenlijk onderdeel uitmaakt van de Ruimtelijke Strategie voor Utrecht. Binnen dit gebied zijn de ambities om te verdichten en te vergroenen hoog. Om het belang van de ondernemers en vastgoedeigenaren en het behoud van het gebied als werklocatie te benadrukken en mee te laten wegen in de keuzes die de komende periode worden genomen zijn er in de derde BIZ periode verschillende onderzoeken uitgevoerd. Zo voerde STRABO in opdracht van de BIZ een passantenonderzoek uit in 2022 en schreef Areaal Advies een toekomstvisie voor het gebied: “Niet (z)onder stoelen of banken” in opdracht van de gemeente Utrecht met input van het bestuur van de BIZ vereniging.

In 2023 en 2024 werd door de BIZ vereniging in samenwerking met verschillende landelijk opererende woonondernemers en branchevereniging INRetail verkend welke uitdagingen en mogelijkheden er zijn om binnen woonwinkelclusters te verdichten en verschillende functies zoals woonwinkelen, werken en wonen te combineren. Het resultaat van deze verschillende verkenningen is en wordt gebruikt om input te leveren tijdens de gesprekken die de BIZ vereniging voert met de gemeente Utrecht over de toekomst van het gebied en als input voor de MIRT verkenningen die spelen ten aanzien van openbaar vervoer en wonen en de A12 zone.



Onderzoek naar het functioneren van het gebied in relatie tot gesprekken en lobby over de toekomst

De ondernemers/beleggers hebben in deze periode opnieuw geïnvesteerd in (het opknappen van) hun panden. Zo hebben er onder meer herontwikkelingen plaatsgevonden op de Zeelantlaan (Lederland) en de Hollantlaan (Coolblue, Knulst, Floors & More, I-kook, Keukencoach) en investeerden ondernemers en eigenaren in het opknappen van panden (Superkeukens, Haco, Tulp, Kitchen4all).

Ook is er, net als de voorgaande BIZ periodes, tijdelijke groenvoorziening gerealiseerd in de vorm van hanging baskets en bloemtorens. Ook is er extra tijdelijke signing aangebracht in de vorm van trotters (borden bij de invalswegen).

In de afgelopen periode is er door de horeca ondernemers op de Woonboulevard stevig geïnvesteerd in het verbeteren van de uitstraling van de horeca voorzieningen in het gebied. In samenspraak met de gemeente en de BIZ vereniging is niet alleen Piazza La Basilica getransformeerd van zeecontainer naar lunchpaviljoen maar is ook meteen de openbare ruimte aangepakt en de verbinding voor voetgangers tussen Zeelantlaan en Hollantlaan/Kaap de Goede Hooplaan aanzienlijk verbeterd.

Als onderdeel van de stedelijke aanpak ten aanzien van auto parkeren is de afgelopen BIZ periode door de gemeente Utrecht betaald parkeren ingevoerd in het gebied. Daarmee is het probleem van het gebruik van de parkeerplaatsen in het gehele gebied als 'transferium', waar tijdens eerdere BIZ periodes over is

gesproken, opgelost; op dit moment geldt een betaald parkeerregime waarbij het door de week betaald parkeren is tussen 06:00 – 11:00 uur 's ochtends, in de weekenden blijft het vooralsnog gratis om te parkeren.

De uitstraling en het imago van de Woonboulevard wordt overigens niet alleen bepaald door de ruimtelijke inrichting, maar ook door het niveau van veiligheid. Ondernemers hebben in het verleden veel overlast ondervonden van criminaliteit. Er waren veel bedrijfsinbraken, diefstallen uit auto's en berovingen. Veel daders bleken afkomstig uit de wijk Kanaleneiland. Daarom heeft het bestuur van de Woonboulevard in 2004 besloten om deel te nemen aan een project Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO).

Dit project heeft de directe aanzet gegeven tot de aanleg van een glasvezelnetwerk en de plaatsing van camera's. Deze camera's waren destijds aangesloten op het Dienstencentrum Beveiliging van de gemeente Utrecht. Vanaf 2016 (en opnieuw in 2021) zijn deze diensten, na een aanbesteding in samenwerking met andere bedrijventerreinen in Utrecht (vanuit de vereniging USafe), uitbesteed aan Spyke Security. Door dit cameratoezicht is de overlast en criminaliteit aanzienlijk teruggedrongen. Veiligheid wordt beschouwd als één van de imagobepalende factoren voor de Woonboulevard. Het bestuur van WBU beschouwt de aspecten schoon, heel én veilig maar ook uitstraling en structuur/gebiedsontwikkeling (onderdeel van deze 3 begrippen) als belangrijke uitgangspunten bij het bepalen van het beleid van nú en voor de toekomst.

Ook de activiteiten en projecten die op het gebied van marketing(communicatie) worden ontwikkeld en uitgevoerd, dragen in belangrijke mate bij aan de sterke positie van de WBU. De afgelopen BIZ periode is geïnvesteerd in een sterke online zichtbaarheid aan de hand van een campagnestrategie waarbij de Woonboulevard het hele jaar goed zichtbaar is.

Traditioneel gezien zijn de periodes rondom Pasen, Pinksteren, Hemelvaart, Zomer, Oktober woonmaand en December/Januari relevante periodes voor woonwinkels. In die periodes wordt de marketinginzet verhoogd. In die periodes wordt de online zichtbaarheid versterkt door ook fysiek zichtbaar te zijn offline door o.a. een abri campagne in de regio, via radiospots van RTV Utrecht en advertenties in de regionale bladen. In de afgelopen BIZ periode is de vereniging ook een slimme samenwerking aangegaan met Topmovers en is de WBU zichtbaar op de trailers van dit verhuisbedrijf.



De woonboulevard Utrecht zichtbaar in centrum Utrecht en via de trailers van verhuisbedrijf Topmovers

De website is in de afgelopen BIZ periode vernieuwd en ingericht volgens de nieuwe huisstijl richtlijnen. Daarnaast is met middelen uit de BIZ geïnvesteerd in een professionele uitstraling en bereik van de social media kanalen (Facebook, Instagram en Pinterest).

Sinds afgelopen BIZ periode werken ook met een vast gezicht, Laurien Verstraten, voor onze online (video) content voor Youtube, Instagram, Pinterest en Facebook.



Een korte impressie van een van de Youtube video's met Laurien Verstraten als vast gezicht



**WELKOM BIJ
WOONBOULEVARD UTRECHT**

De grootste woonboulevard van het Westen van Nederland heeft werkelijk alles op woongebied. Alle grote woonwinkels dicht bij elkaar. Waanzinnig veel keus tegen zeer aantrekkelijke prijzen. Kom dus lekker een dagje woonwinkelen met het hele gezin. Want ook de kleintjes kunnen zich er vermaken. Iedereen voelt zich thuis bij Woonboulevard Utrecht!

Een nieuwe huistijl, een vernieuwde website

Om een positieve bijdrage te blijven leveren aan de positie, uitstraling en het imago van de Woonboulevard en op die manier bij te dragen aan een sterk economisch, leefbaar en toekomstbestendig gebied, heeft het bestuur van de WBU besloten om haar pro-actieve bijdrage aan onderhoud, beheer, veiligheid, (winkelgebieds)uitstraling, gebiedsversterking en marketingcommunicatie in de komende BIZ periode voort te zetten.

2. Visie & doelstellingen BIZ vereniging Woonboulevard Utrecht

2.1 Visie

Alle gebruikers van onroerend goed binnen het gebied (zie voor de gebiedsafbakening het kaartje in de inleiding) worden belast met een heffingspercentage van de WOZ-waarde middels een staffelsysteem. Voor deze gebiedsafbakening is gekozen omdat ook voor activiteiten wordt gekozen die het imago van het terrein versterken vooral in relatie tot de winkelfunctie. Door het bestuur van de WBU is een aantal uitgangspunten geformuleerd voor voortzetting van een Bedrijven Investeringszone in dit gebied. Deze uitgangspunten worden in dit Plan van Aanpak uitgewerkt en van een financiële onderbouwing voorzien.

De uitgangspunten kunnen als volgt worden samengevat:

1. Net als in voorgaande BIZ periode zal er ook een bij deze tijd passend marketingplan worden opgesteld en uitgevoerd. Eind 2024 is er door de ALV van de WBU mee ingestemd om voor 2025 en verder te kiezen voor een afgewogen marketingcommunicatie inzet die grotendeels bestaat uit online inzet en op piekmomenten wordt versterkt met offline inzet door onder meer advertenties in regionale dagbladen, abri campagnes in het verzorgingsgebied, radiospots via RTV Utrecht en een samenwerking met verhuisbedrijf Topmovers.
2. Voor de puur WBU gerelateerde kosten zoals gebiedsversterking, uitstraling openbare ruimte, marketingcommunicatie te financieren, wordt een beroep gedaan op de BIZ middelen.
3. De signing in de openbare ruimte wordt waar nodig verder uitgebouwd zodat zowel eenheid wordt bewerkstelligd alsdat de aantrekkelijkheid en herkenbaarheid van het gebied als Woonboulevard verder toeneemt. Hierbij is de in 2022 hernieuwde huisstijl met de herkenbare iconen het uitgangspunt.
4. Er zal energie worden gestoken in de plannen die worden gemaakt voor de toekomst van het gebied; zo wil de BIZ vereniging actief deelnemen aan het uitvoeren van de programmatische verkenning en de verdere gesprekken en onderzoeken naar de toekomst van het gebied; voor dit gesprek dienen de rapportages van DtnP onder meer als input. Het belang van de BIZ vereniging richt zich op het behoud van werklocaties waarbij mogelijkheden om te verdichten en vergroenen hand in hand gaan met een woonwinkelfunctie.

5. Het KVO project en de beveiliging met cameratoezicht en mobiele surveillance worden in de huidige vorm voortgezet. Voor het onderdeel KVO met beheer, veiligheid (inclusief camera's) en onderhoud zal een beroep worden gedaan op het trekkingsrecht van het gebied bij het Ondernemersfonds. Dat sluit ook aan bij de geografische afbakening van het trekkingsgebied Woonboulevard van het OfU dat wel het gehele gebied omvat, inclusief het gedeelte van de niet-woonwinkels. Op die manier komen die beveiligingsactiviteiten en aspecten ook het gehele gebied ten goede.
6. De financiering vanuit het Ondernemersfonds maakt ook de inzet van een professionele boulevardmanager mogelijk die namens de ondernemers kan zorgen voor de juiste invulling van de BIZ gelden om op die manier bij te dragen aan het behalen van de doelen van de WBU; deze rol zal ook in de periode 2026–20230 worden ingevuld door Jeroen Roose-van Leijden. De BIZ vereniging kan op die manier gebruik blijven maken van de kennis, ervaring en het netwerk dat Jeroen heeft opgebouwd in de afgelopen BIZ periode.
7. De opgerichte organisatie, de BIZ vereniging Woonboulevard Utrecht, die verantwoordelijk is voor de uitvoering van de BIZ-activiteiten zoals investeringen en exploitatie wordt voortgezet.
8. Alle (retail) ondernemers in het BIZ gebied dragen bij in de kosten voor de uitvoering van dit Plan van Aanpak.
9. Er zal door de gemeente Utrecht een heffingspercentage in de vorm van een staffel, conform de staffel uit de voorgaande BIZ periode, worden vastgesteld dat gekoppeld is aan het betreffende onroerend goed.

Om de uitgangspunten op korte termijn te kunnen realiseren, zijn en worden door het bestuur van de WBU de volgende initiatieven genomen;

1. Aan de gemeente Utrecht zal in het voorjaar van 2025 kenbaar worden gemaakt dat Woonboulevard Utrecht de wens heeft om haar Bedrijven Investeringszone voort te zetten. Dit BIZ-plan vormt daarvoor de basis. Het College van B en W wordt verzocht zijn medewerking hieraan te verlenen, een verordening in te stellen en uiterlijk per 1 januari 2026 tot invoering BIZ 2026–2030 over te gaan.
2. In het najaar van 2024 is een proefdraagvlakmeting verricht waaruit is gebleken dat er voldoende draagvlak is onder de ondernemers voor voortzetting van de BIZ.
3. De reeds opgerichte vereniging die zich o.a. bezig zal houden met de uitvoering van het BIZ-plan, wordt voortgezet.
4. Er wordt op basis van voorgaande een uitvoeringsovereenkomst gesloten tussen de BIZ-WBU Vereniging met de gemeente Utrecht.
5. Na vaststelling van de verordening door de Gemeenteraad zal in het najaar van 2025 een formele draagvlakmeting bij de ondernemers op de WBU worden uitgevoerd. Bij voldoende draagvlak zal de (verlenging van de) BIZ per 1 januari 2026 voor opnieuw 5 jaar van start gaan.

2.2 Doelstellingen 2026–2030

Structuur WBU

De uitstraling van de Woonboulevard biedt ondanks alle inspanningen van gemeente Utrecht, ondernemers en bestuur van de BIZ WBU nog voldoende ruimte voor verbetering. Het is een van de sterkere woonwinkelclusters van het land, maar meer *ondanks* dan *dankzij* haar uitstraling.

Een verdere verbetering van de uitstraling, naar voorbeeld van de stappen die zijn gezet om het gebied te vergroenen en de routing voor voetgangers te verbeteren, met verdere inzet van de betrokken ondernemers de beleggers/eigenaren en de gemeente blijft ook in de komende periode wat het bestuur betreft een must.

Een sterke boulevard met herkenbare voorwaarden als directe (winkel)bereikbaarheid, een verzorgde uitstraling (schoon, heel én veilig) en uitstekende bereikbaarheid zijn hierbij voor ondernemers belangrijke uitgangspunten.

Zoals uit deze derde evaluatie opnieuw blijkt zijn er ook in deze BIZ periode verschillende projecten in werking gezet om de uitstraling van de Woonboulevard te verbeteren. Samen moeten gemeente en ondernemers de komende periode, mede met de uitkomsten uit de verschillende onderzoeksrapporten van Marseille Buiten, STRABO en DtnP aan de slag om de kwaliteit van de openbare ruimte verder te verbeteren en zo, zeker in het licht van de ambitieuze toekomstplannen van de gemeente, blijven werken aan een toekomstbestendig en sterk gebied.

Marketingplan

Binnen de verlenging van de BIZ zullen, net als voorgaande periode, een deel van de kosten voor de inzet van marketingcommunicatie worden ondergebracht. De komende jaren zullen de marketinginspanningen blijven bestaan uit een gezonde mix van online en offline inspanningen binnen het verzorgingsgebied van de Woonboulevard.

De effecten van online inspanningen zijn goed meetbaar. Ondanks dat de effecten van offline inspanningen minder goed meetbaar zijn, zijn ondernemers en bestuur er wel van overtuigd dat offline inspanningen in dezelfde periode, via abri campagnes in de regio, radio commercials via RTV Utrecht en een slimme samenwerking met verhuisbedrijf Topmovers op positieve wijze bijdragen aan bezoek van de boulevard gedurende het hele jaar.

Naast de marketingcommunicatie inspanningen waren er tijdens voorgaande periodes ook al enkele zaken in de BIZ ondergebracht die te maken hadden met de uitstraling van de openbare ruimte die indirect ook gezien kunnen worden als marketing inspanningen omdat zij op positieve wijze bijdragen aan de beleving van bezoekers wanneer zij het gebied bezoeken.

Hieronder beschrijven we kort de belangrijkste uitgangspunten bij het opstellen en uitvoeren van het Marketing(communicatie)plan voor de periode 2026–2030.

- Woonboulevard Utrecht is geen bedrijventerrein maar een winkelgebied. Dat betekent dat zaken als schoon, heel én veilig een hele andere dimensie hebben en dus ook vragen om een hierbij passende aanpak en inzet van ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente. Immers de aantrekkelijkheid van het gebied wordt mede bepaald door de aanwezigheid van een prettig verblijfsklimaat voor bezoekers (dat zijn er op dit moment circa 4 miljoen per jaar). De aspecten schoon, heel én veilig worden aangevuld met aangenaam en prettig. In een gebied zoals de boulevard speelt de inrichting van de openbare ruimte (groen, zitelementen, prullenbakken, bewegwijzering, banieren e.d.) een cruciale rol. Om de eenheid in het gebied te accentueren dient bij de keuze voor deze elementen ook rekening te worden gehouden met de vernieuwde huisstijl van de WBU.
- Online media zoals een sterke klantgerichte website en de social media kanalen Facebook, Youtube, Instagram en Pinterest blijven van groot belang. De komende BIZ periode blijven we de nadruk leggen op online marketingcommunicatie campagnes waarvan we de daadwerkelijke impact in de vorm van bezoek aan de website en fysiek bezoek aan het gebied kaart brengen. Hierbij onderscheiden we ons ook met unieke content door relevante beelden, korte video's met een vast gezicht voor de boulevard en de inzet van wooninfluencers.
- Naast de online inzet is er afgelopen periode ook gekozen voor offline communicatiemiddelen zoals een abri campagne, radiocommercials op RTV Utrecht en bestickering van de trailers van verhuisbedrijf Topmovers;
- Tot slot maakt de WBU in samenspraak met Cees van Schip van CvS Media en Meer (die ook de mediainkoop verzorgt voor enkele andere woonwinkelclusters zodat we als gebied profiteren van de korting door groter in te kopen) over een mediaplan met advertenties in (regionale) bladen.

In de bijlagen bij dit plan staan de planning voor print en online in 2025 als indicatie voor de verdeling in de jaren erna.

Boulevardmanager

Voor de realisatie van de doelen maakt het bestuur van de WBU gebruik van professioneel management ook omdat de betrokkenheid van veel van de eigenaren van de winkels (waarbij sprake is van een grote mate van filialisering) niet altijd even groot is.

Het ontbreekt het bestuur, de marketingcommissie en overige leden aan tijd om het voorgaande programma vorm en inhoud te geven. De boulevardmanager (Jeroen Roose-van Leijden) vormt ook de belangrijkste schakel met de gemeente Utrecht (contact, overleg en lobby) en overige externe partijen. Dat programmaonderdeel vraagt stiekem best veel tijd en vergt specifieke kwaliteiten en een breed netwerk.

In het licht van de toekomstplannen en ambities zal er in de komende BIZ periode eerder meer dan minder overleg, afstemming en lobby inzet nodig zijn met de gemeente Utrecht.

Dit onderdeel borgen we duurzaam door inzet van professioneel management ter ondersteuning van bestuur en haar leden. De inzet van de boulevardmanager wordt gefinancierd vanuit het stad brede Ondernemersfonds.

3 Begroting & BIZ model

Hieronder volgt een overzicht van de te verwachten begrotingsposten. Het betreft een inschatting voor de periode 2026–2030 waarbij verantwoording telkenjare van het voorgaande jaar kan leiden tot wijzigingen in de begroting op aangeven van de vereniging.

Het voorstel is om de gemeente, tezamen met de verantwoording van het voorgaande jaar, elk jaar een begroting te sturen van het komende boekjaar. Op die wijze kan de nodige flexibiliteit worden gekoppeld aan inzicht bij de gemeente en WBU. De uitkering geschiedt in de vorm van een jaarlijkse subsidie (voor een periode van 5 jaar) en bij de aanvraag kan een gewijzigde begroting zitten voor het betreffende jaar.

3.1 Begroting

- **Bestuurskosten** **€ 12.000,-**
De bestuurskosten zoals verzekeringen, accountantskosten e.d. worden begroot op € 2.000,-
De bestuurskosten van het voeren van het secretariaat (inclusief archief, plannen, bijwonen en verslaglegging van de bestuursvergaderingen en de ALV) worden begroot op € 10.000,-
- **Marketingcommunicatie** **€ 105.000,-**
Jaarlijks wordt de inzet van marketingcommunicatiemiddelen begroot op € 105.000,-
Hiervan wordt € 80.000,- ingezet in online marketingcommunicatie (activatie en conversie) en € 25.000,- in print en overige communicatiemiddelen (naamsbekendheid en zichtbaarheid).
- **Uitstraling openbare ruimte** **€ 23.000,-**
De kosten voor projecten die de uitstraling van de openbare ruimte ten goede komen zijn opgebouwd uit de volgende posten:
 1. Onderhoudscontract en inkoop banieren (jaarlijks) € 4.500,-
 2. Tijdelijke groenvoorziening (bloembakken en torens) € 10.000,-
 3. Jaarlijkse contract Trotters € 4.000,-
 4. Sfeerverlichting (onderhoud, vervangen, uitbreiden) € 4.500,-

Onderstaande kostenverdeling voor 2026 (en verder) is gebaseerd op een Bedrijven Investeringszone met die onroerend goed-objecten die voor heffing in aanmerking komen. Dit zijn voornamelijk alle woonwinkels in het gebied Australiëlaan, van Renselaerlaan, Drommedarislaan, Hollantlaan en Vrieslantlaan en de bedrijven langs de Europalaan (zie kaartje in de inleiding). De hoogte van de heffing wordt gebaseerd op een indeling in zes klassen die op hun beurt weer gerelateerd worden aan de WOZ-waarde.

Begroting		2026–2030
<u><i>Bestuurskosten</i></u>		
Bestuurskosten		€ 2.000,-
Secretariaat		€ 10.000,-
<u><i>Marketingcommunicatie</i></u>		
Online (website, social media)		€ 80.000,-
Website	€ 10.000,-	
Inkoop media	€ 52.500,-	
Bureaunkosten	€ 7.500,-	
Contentcreatie	€ 10.000,-	
Offline (print)		€ 25.000,-
Inkoop	€ 22.500,-	
Contentcreatie	€ 2.500,-	
<u><i>Uitstraling openbare ruimte</i></u>		€ 23.000,-
Groenvoorziening	€ 10.000,-	
Banieren	€ 4.500,-	
Trotters	€ 4.000,-	
Sfeerverlichting	€ 4.500,-	
Inningskosten		€ 5.000
Totaal kosten		€ 145.000

*De begroting is in de komende BIZ periode vooralsnog elk jaar het zelfde maar wordt jaarlijks aangepast in overleg met de gemeente

3.2 Heffing op grond van BIZ en heffingsklassen

Het bestuur van de WBU heeft geopteerd voor een koppeling met de WOZ-waarde van het onroerend goed. De WOZ waardes van de betrokken panden worden, conform de lopende BIZ, verdeeld in 6 klassen. Aan elke klasse wordt een bijdrage verbonden zodat de optelsom bij benadering overeenkomt met het bedrag van de begroting. Door de gemeente Utrecht worden perceptiekosten in rekening gebracht. Het risico van inkomensderving bij faillissementen en dergelijke ligt bij de WBU BIZ.

De zes bijdrageklassen zijn als volgt ingedeeld:

Klasse	WOZ	Heffing
1	< € 200.000	€ 1.000
2	€ 200.000 - € 500.000	€ 1.500
3	€ 500.001 - € 1.500.000	€ 2.000
4	€ 1.500.001 - € 5.000.000	€ 3.000
5	€ 5.000.001 - € 10.000.000	€ 6.000
6	> € 10.000.000	€ 8.000

Met deze klassenindeling ontstaat er een totale heffing van circa € 145.000,-

Dit bedrag is gebaseerd op de ervaringen in de derde BIZ fase tussen 2021–2025.

BIJLAGEN

Mediaplanning

BIZ Begroting 2026–2030

[illegible]

Begroting BIZ 2026-2030
Begroting Woonboulevard Utrecht 2026-2030

Inkomsten		Uitgaven	
Omschrijving		Omschrijving	
BIZ Woonboulevard Utrecht		Bestuurskosten	
Bijdrage aan begroting vanuit inkomsten BIZ	€ 145.000,00	Secretariaat	€ 10.000,00
		Verzekeringen, accountantskosten en lidmaatschappen	€ 2.000,00
		Verzekeringen en lidmaatschappen	€ 12.000,00
		Marketingcommunicatie	
		Online	
		Website	€ 10.000,00
		Inkoop online media	€ 52.500,00
		Bureaunkosten	€ 7.500,00
		Contentcreatie online	€ 10.000,00
		Offline	
		Inkoop offline media (advertenties, abri, radiospots)	€ 22.500,00
		Contentcreatie	€ 2.500,00
		Openbare ruimte	€ 105.000,00
		Groenvoorziening (hangend baskets + bloementrampakken)	€ 10.000,00
		Banieren	€ 4.500,00
		Trottoirs	€ 4.000,00
		Steeverlichting	€ 4.500,00
		Inningskosten	€ 23.000,00
			€ 5.000,00
			€ 145.000,00