

Bijlage 1 - Overzicht gesprekken

Doelgroep	Belangrijkste aandachtspunten
Inwoners	982 inwoners hebben de flitspeiling op Facebook en Instagram ingevuld. Met de peiling hebben we vooral inwoners aangesproken die wel positief staan tegenover het idee van een U-pas voor iedereen. We hebben op een laagdrempelige manier geprobeerd om in een korte tijd (een week) inwoners te vragen wat zij verwachten van een U-pas voor iedereen. Hier komen de volgende belangrijkste beelden naar voren (in bijlage 2 leest u de uitgebreide analyse): • 64% van de respondenten vindt het een goed idee om de U-pas voor iedereen aan te bieden. • Belangrijkste reden daarvoor is dat iedereen gebruik moet kunnen maken van de aangeboden kortingen en dat mensen die net meer verdienen nu geen aanspraak daarop kunnen maken. • 81% van de respondenten wil vooral korting op culturele activiteiten. • 79% van de respondenten vindt het redelijk dat we een prijs vragen voor de U-pas voor iedereen. • 52% vindt de voorgestelde €60 per jaar een beetje te duur, 25% vindt dit veels te duur. • 43% acht de kans 'waarschijnlijk' dat ze een pas zullen aanschaffen.
Regiogemeenten	De regiogemeenten staan sceptisch tegenover dit idee en vragen zich af in hoeverre de Utrechtse gemeenteraad zich realiseert dat deze motie ook impact heeft op hen. Zij vinden het idee van het wegnemen van het stigmatiserende karakter goed, maar vinden het moment niet goed gekozen en willen eerst investeren in het nog beter maken van de huidige U-pas. Ook hebben zij hun eigen wethouders en gemeenteraden niet gesproken over dit idee. Dit is nodig omdat iedere gemeente zo zijn eigen begroting en beleid heeft.
U-pas Bureau	Het U-pas Bureau vindt het op zich een goed idee, maar heeft de volgende opmerkingen: • Veel meer impact dan wordt gedacht. • Rotterdampas is gestart als een pas voor iedereen, maar het heeft 15 jaar geduurd, voordat de burger dat ook zo voelde/waardeerde. • Kostenneutraal gaat dus niet lukken. • Er zal een verandering in financieringsmodel van gehele U-pas nodig zijn. • Veel meer kortingsaanbod dan nu. Conclusie: Doe het nu nog niet, maar blijf door gaan met het uit de schaduw halen van de U-pas, zodat de huidige U-pashouders de pas meer gaan gebruiken en nog meer ondernemers en organisaties zich aanmelden. Dat is een beter startpunt om over te gaan

	naar een U-pas voor iedereen.
Utrecht Marketing	Utrecht Marketing twijfelt aan de denkrichting dat een U-pas voor iedereen een goed middel is om aan de citymarketing van de stad te werken en investeert liever in andere manieren om dit op te pakken. Ook twijfelen zij aan het idee om dit kostenneutraal te kunnen doen. Uit onderzoek naar haalbaarheid van een toeristenpas kwam naar voren dat het 40 jaar duurde om het break-evenpunt te bereiken. Mocht deze pas ontwikkeld worden, dan denkt Utrecht Marketing graag mee over het vervolg om hun kennis over te dragen en verschillende initiatieven te verbinden.
Centrum Management Utrecht (CMU)	Het CMU is op voorhand niet negatief over een U-pas voor iedereen. Voor hen is het echter wel erg belangrijk dat de regiogemeenten meedoen, aangezien dit betekent dat het aantal mogelijke pashouders stijgt en mensen vanuit de regio naar Utrecht kunnen komen. Daarnaast is het belangrijk dat de administratieve lasten zo minimaal mogelijk zijn. Het CMU ziet ook dat er goed nagedacht moet worden over het financieringsmodel van de U-pas voor iedereen en wat het unieke karakter is van de pas ten opzichte van concurrenten. De culturele sector heeft wel zorgen dat niemand meer een standaard entreprijs betaalt.
G4 gemeenten	• Gemeente Amsterdam heeft vorig een soortgelijk onderzoek laten uitvoeren. Hieruit kwam naar voren dat een stadspas voor iedereen weinig animo vanuit inwoners kent. Inwoners van 20-30 jaar, expats en jonge gezinnen zijn doelgroepen die nog het meest animo kenden, maar ook deze doelgroepen waren kritisch over de toegevoegde waarde van de pas. Daarnaast gaven Amsterdamse ondernemers aan ook niet direct op nog een pas te wachten. • De gemeente Rotterdam geeft aan dat dit meer van het U-pas Bureau verwacht dan dat het zo lijkt. Zij sluiten qua opmerkingen aan op die van het U-pas Bureau, zie ook de uitwerking <i>U-pasbureau/ gemeente Rotterdam</i> hieronder. • De gemeente Den Haag focust zich juist op de inzet van de Ooievaarspas voor werkende armen en onderzoekt de mogelijkheden van een glijdende schaal.
Partners	De partners waar we op dit moment binnen de U-pas mee samenwerken, staan positief tegenover het idee om te werken aan het wegnemen van het stigma. Vanuit de sportpartners horen we wel dat er twijfels zijn over de vraag naar zo'n pas.
Drie groep 7 klassen	Eerder dit jaar hebben drie groep 7 klassen ons geadviseerd over wijkactiviteiten voor alle kinderen. Hierin kwam naar voren dat de kinderen ook kansen zien in een U-pas voor iedereen, omdat zij liever zien dat iedereen kan meedoen (ongeacht de financiële situatie).
Specifieke uitwerking	
<i>U-pasbureau/Gemeente Rotterdam</i>	Het uitbreiden van de huidige U-pas naar een U-pas voor iedereen heeft volgens het U-pasbureau flinke impact op de uitvoering. Dit baseren zij op ervaring die het hoofd U-pas Bureau heeft opgedaan in de 16 jaar dat hij hoofd Rotterdampas was. De gemeente

Rotterdam bevestigt dit. Hierbij is het goed om te realiseren dat de Rotterdampas door gemeente Rotterdam wordt uitgevoerd en dat gemeente Utrecht alle uitvoerende werkzaamheden rond de U-pas heeft uitbesteed.

Een aantrekkelijk aanbod is een voorwaarde om te zorgen dat de U-pas daadwerkelijk aangeschaft wordt. Daarnaast is de prijs heel belangrijk. Mensen berekenen vaak in hoeverre zij de pas "eruit kunnen halen". Zo berekenen zij of de pas minder kost dan de kortingen die zij met de pas kunnen krijgen. Dit bleek uit de flitspeiling onder inwoners (bijlage 2). Het afgelopen jaar heeft het U-pas Bureau een enorme inhaalslag gemaakt met het aanbieden van een kwalitatief goed aanbod. We zijn er echter nog niet. Het U-pas Bureau is vorig jaar begonnen en werkt nog steeds aan het uitbreiden van het aanbod. Dit is echter gericht op de U-pas zoals die nu is: een pas voor inwoners met een laag inkomen. Zij kunnen het tegoed op de pas gebruiken voor verschillende activiteiten. Het kortingsaanbod is wel uitgebreid, maar is nog altijd niet voldoende. Nu zijn wij afhankelijk van de geboden kortingen van ondernemers en organisaties. Zij geven minimaal 20% korting die zij zelf financieren. Bij de Rotterdampas is er sprake van een ander financieringsmodel om ervoor te zorgen dat er genoeg interessante kortingsacties zijn. Vanuit de Rotterdampas wordt er een deel gefinancierd wanneer er bijvoorbeeld een dag gratis naar een dierenpark of museum wordt aangeboden. De kosten hiervan worden dan bijvoorbeeld 50/50 betaald door de aanbieder en de Rotterdampas. Bij een kostenneutrale U-pas voor iedereen zou dat betekenen dat er financiële ruimte moet zijn om deze acties mogelijk te maken.

Daarnaast vraagt het U-pas Bureau aandacht voor de benodigde marketing en communicatie om deze overgang bekend te maken. Ook hierbij verwacht het U-pas Bureau een flinke impuls aan te moeten geven. Dit heeft te maken met het huidige imago van de U-pas. De U-pas is al tientallen jaren een pas voor inwoners met een laag inkomen. Om ervoor te zorgen de andere inwoners de U-pas kopen, is het nodig om extra communicatiemiddelen in te zetten om daarmee het stigma van "een armoederegeling" te verwijderen.

Tot slot het effect op de verkoopkanalen. De Rotterdampas heeft verschillende winkels waar inwoners langs kunnen komen voor vragen en het kopen van de pas. Op dit moment werken we alleen met de U-pasbalie op het Stadskantoor. Het uitbreiden hiervan is zeker aan te raden wanneer we naar een U-pas voor iedereen gaan. Ook de website is er op dit moment nog niet op ingericht om de U-pas voor iedereen aan te bieden.