

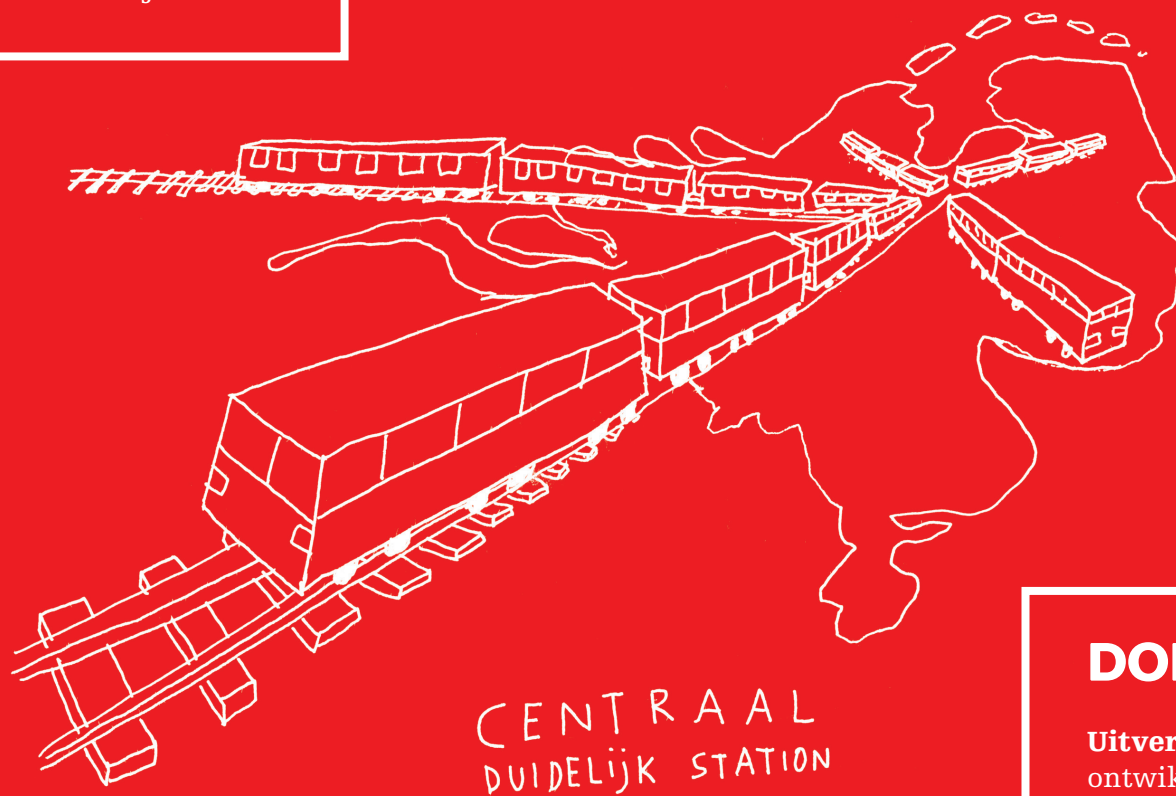
STADSMAKERSDINER
Utrecht Marketing

Op donderdag 15 november 2018 vond het allereerste Stadsmakersdiner van Utrecht plaats in De Blend, de spiksplinternieuwe invulling van het voormalig hoofdkantoor van Douwe Egberts. Op uitnodiging van Utrecht Marketing bogen ruim 125 genodigden zich over het beste dat Utrecht te bieden heeft. Samen zochten zij naar de bouwstenen die de stedelijke regio Utrecht rijk is om zichzelf als **CREATIEF & INNOVATIEF** te positioneren. De verzamelde bouwstenen zijn in dit recept voor de toekomst gebundeld. De basisingrediënten voor een **BRIGHT & INSPIRING** Utrecht.

Rijk van Ark, directeur van Utrecht Marketing, stelde samen met Brand Managers **Manou Nonnekens** en **Max Trienekens** dat de Utrechtse waarden 'welcoming' en 'connecting' worden herkend, maar dat de waarden 'bright' en 'inspiring' nog onvoldoende aan de stad worden gelinkt. Dat er deze avond in zo'n groot gezelschap over deze kwestie gespard kon worden, past Utrecht helemaal, aldus van Ark: 'In Utrecht doen we het altijd samen.'

'GET IT DONE'

Ter inspiratie nam **Mateu Hernández**, CEO Barcelona Global, het woord. Barcelona Global is een samenwerkingsverband waarmee de internationale blik op de stad Barcelona moet worden verbreed. Barcelona is meer dan Gaudí en tapas, het is een stad om in te wonen, te werken en te genieten van de hoge levenskwaliteit, volgens Hernández. Door deze aspecten te benadrukken wil de stad talent aantrekken van over heel de wereld. Want wanneer een stad een ontmoetingsplek voor talent is, volgt het kapitaal vanzelf, zo is de filosofie van Barcelona Global. Zijn advies aan de stadsmakers was dan ook duidelijk: weet wie je bent, waar je voor staat en 'get it done'.



De volgende do's, don'ts en dreams kwamen naar voren in de brainstormsessie van de avond. Beschouw dit document als een bron van inspiratie, als een eerste schets van toekomstdromen voor een stad die bij alle aanwezigen in het hart zit.

Maak zichtbaar welke geweldige initiatieven, projecten, instellingen, talenten, programmering de stad te bieden heeft. Bijvoorbeeld in een app. Wanneer duidelijk is wat Utrecht nu al in huis heeft, wordt vanzelf duidelijk dat inspiratie en innovatie ook bij de stad horen.

Heb lef. De beste ideeën zijn soms de spannendste. Om tot iets bijzonders te komen, is vertrouwen nodig en minder regeldruk.

Voorzien in betaalbare woon- en werkruimte. Dit is essentieel voor het aantrekken van talent, makers, creatieven en diversiteit in de stad.

Utrecht uit het oog verliezen.
Blijf trouw aan de identiteit van stad en haar geschiedenis. Zorg ervoor dat de ziel bewaard blijft.





**‘WAT DUIDELIJK IS DAT WE HIER MET
ALLEEN MAAR VOORUITDENKERS BIJ
ELKAAR ZIJN: DAT IS EEN STERK BEGIN.’**

DREAMS

Groen. Meer groen in het jaarbeurskwartier, stadsparken, plekken om buiten te sporten, bootcampen en wandelen.

Duurzaam en circulair denken. Particulieren die spullen van de sloop mogen hergebruiken, milieuvriendelijke keuzes als standaard.

Utrechtse lantaarnpalen in de stijl van Rietveld, door de hele stad, dus niet enkel in het centrum.

A view from the top. Een skybar met maandelijks samenkomsten voor stadmakers, daktuinen, een kabelbaan, klimmen op de bollen bij het station, en bungee jumpen.

Creatieve invulling van leegstand. Tentoonstellingen in lege etalages, kantoorruimtes als werkruimte voor makers.

Utrecht voor en door iedereen. Geef stadmakers de mogelijkheid en het vertrouwen om nieuwe dingen te ondernemen, zo inclusief mogelijk.

‘QUALITY IS THE BEST BUSINESS PLAN’

3 meest gedeelde kwaliteiten die door de stadsmakers werden gesignaleerd om Utrecht verder uit te lichten als creatief en innovatief:

> Het **Werkspoorkwartier** wordt als een ware groeidiamant gezien. Een beetje Berlijns, spannend, vol ondernemerschap, en barstensvol potentie.

> Over het **Jaarbeursgebied** lopen de meningen uiteen- is het kosmopolitisch of toch een tikje teveel Dubai? Een beetje meer kunst en groen zou goed doen, maar de Jaarbeurs is er, blijft er en moet sowieso maximaal benut worden.

> De **skyline van Utrecht** wordt nog te vaak over het hoofd gezien. Een serieus te nemen stadssilhouet dat oude juwelen en nieuwe uitblinkers verenigt en alle potentie heeft om met meer grandeur en trots te worden uitgelicht.

THIRTY 030

Mai Linh Ly en Libby van den Besselaar waren namens Thirty030 aanwezig als de oren en ogen van de Utrechtse jonge generatie. Zij kwamen met de volgende conclusie: ‘Utrecht Centraal is niet alleen een doorstation maar ook een thuisstation. Denk global én local.’



**‘IT WAS A TRULY ENGAGING DYNAMIC
EVENT, AND TRUST ME WHEN I TELL YOU
THAT I’VE SEEN MANY BRAND SEMINARS.
THIS ONE WAS HIGHLY ENGAGING
AND DYNAMIC FOR PARTICIPANTS.’**

- Mateu Hernández

DISCLAIMER

Dit recept is een verzameling eerste inzichten, bouwstenen, suggesties, ambities en ideeën van alle stadsmakers die deelnamen aan het Stadsmakersdiner dat plaatsvond op 15 november 2018. Utrecht Marketing is initiatiefnemer van het Stadsmakersdiner. Dit recept pretendeert geenszins volledig te zijn en sluit alternatieve ingrediënten en perspectieven niet uit. De input werd verzameld onder leiding van **Yinske Silva** en **Oscar Kocken**. De locatie, drank en gerechten werden verzorgd door **De Blend**. **ROC studenten** boden ondersteuning in het reilen en zeilen. Illustrator **Wide Vercnocke** visualiseerde ideeën en tekstschrijver **Revka Bijl** stond in voor de tekst. Het concept van de avond en dit Recept voor de Toekomst ligt in handen van creative consultancy **Cornelis Serveert**. Aan het recept kunnen geen rechten worden ontleend, wel kan het haakjes bieden voor de toekomst.

UTRECHT MARKETING