



## conclusies

Dit zijn de uitdagingen en doelen van het netwerk voor 2021:

- 1 Zichtbaarheid van parels vergroten
- 2 Relaties uitbouwen > verbinding zoeken met elkaar door samen te werken
- 3 Verbinding met de wijk en met bedrijven
- 4 Jongeren en inclusiviteit
- 5 Overleven in tijd van Corona

## doelen en uitdagingen

### Castellum Hoge Woerd:

- 1 Bewegwijzering i.s.m. stakeholders Leidsche Rijn
- 2 Zichtbaarheid in ruimere zin blijft aandacht vragen
- 3 Verhaal Castellum Hoge Woerd verstevigen bij doelgroepen

**Uitdaging:** Voor iedereen toegankelijk > inclusief

### Leidsche Rijn Centrum

- 1 Vergroten naamsbekendheid buiten Leidsche Rijn
- 2 Focus op nieuwe bewoners > welkomst pakket
- 3 Uitbreiden Rijntje's Speelparadijs

**Uitdaging:** Coronacrisis

### Utrecht Marketing

- 1 De vrijetijdseconomie van Utrecht duurzaam herstarten
- 2 Cultuurparticipatie bevorderen van ondervertegenwoordigde groepen
- 3 Versterken van 't merk/profiel/reputatie van Utrecht als gezond stedelijke regio

**Uitdaging:** Voor velen op korte termijn: overleven en (zeker het eerste halfjaar) 2021 doorkomen en voor daarna er beter en duurzamer uitkomen en meer inwoners betrekken en ook bezoekers en bedrijven aantrekken die passen bij het profiel van Utrecht.

### De Vrijstaat

- 1 Inclusiviteit >
- 2 Jongeren > nieuw programma met VO scholen en met Bibliotheek
- 3 Verbouwing > meer ruimtes beschikbaar voor activiteiten

### Brouwerij Maximus

- 1 Overleven in tijden van Corona > 6 brouwers samen 24 uren marathon
- 2 Bestaan 10 jaar; vieren > jubileumbier en feest in de zomer
- 3 Leer-/ werkbedrijf > is een zorg om in stand te houden

### Cultuur 19

- 1 Binnen de maatregelen onze programma's te blijven maken, maar ook om ze genoeg zichtbaar te maken
- 2 Jongeren ontmoeten en ontwikkelen met kunst
- 3 Meer samenwerken met parels

**Uitdaging:** Hoe zorg je dat jongeren kunnen ontmoeten kunst te maken en ontwikkelen

### Historische Vereniging (VDMHL)

- 1 Huisstijl
- 2 Vieren en verbinden > nieuwe en oude bewoners > 40 jarig bestaan
- 3 Voedselproductie naar de stad > 2022 Utrecht 900 jaar, Waterschapsbeheer

### Utrecht Development Board

- 1 Herstel na Corona versnellen
- 2 Vooral gericht op jongeren
- 3 Werkwijze ontwikkelen

**Uitdaging:** Actieve partijen verbinden die door samenwerking het verschil kunnen maken

### Opgave Leidsche Rijn; Gemeente Utrecht

Ruimtelijk Strategisch agenda Utrecht.nl RSU 20-40 gepresenteerd > speelt Leidsche Rijn een verbindende rol

### Wijkplatform Leidsche Rijn maken we samen

- 1 Bekendheid in de wijk
- 2 Verbinden initiatieven van bewoners
- 3 Centrale thema's overall voor LR

**Uitdaging:** Groep formeren met voldoende mensen en draagkracht

### De Pizzabakkers Leidsche Rijn

- 1 Meer mensen vanuit utrecht en omgeving Leidsche Rijn laten ontdekken
- 2 Meer samen werking met lrc

**Uitdaging:** LRC aantrekkelijker door bv, food festivals niet allen op Berlijnplein -voor winter 2021 een schaatsbaan

### Kasteel de Haar

- 1 Verhogen naamsbekendheid
- 2 Verhogen merkbeleving
- 3 Versterken imago

**Uitdaging:** doelen behalen binnen coronabeperkingen

### Nieuw Utrechts Toneel

- 1 Uitverkochte reeks zomervoorstellingen in juni & augustus in open lucht
- 2 Vinden en verbinden van nieuwe doelgroepen > diversiteit en inclusie
- 3 (Bedrijfs)vriendenkring uitbouwen

**Uitdaging:** Corona-maatregelen t.a.v. live samenkomsten

### Kunstlint

- 1 Kunstlint is zichtbaar in de wijk. Openingsfeest! Expositie/evenement
- 2 Kunst als verbinding in de wijk. 'Kinderen tekenen voor ouderen'. Tekenwedstrijd.
- 3 Zichtbaar bij bedrijven en organisaties in de wijk. participeert bij de ontwikkeling van kunstgerelateerde initiatieven / Koop kunst lokaal.

**Uitdaging:** Onze doelen behalen in tijden van Corona.

### Leidsche Rijn Magazine

- 1 Mooi en inhoudelijk sterk zomer- en winternummer maken (elke editie weer een beetje mooier/sterker dan de vorige!)
- 2 Online specials maken, beginnende met een online horeca magazine, voor en over horeca ondernemers in LR/VdM
- 3 Print special maken rondom een nog nader te bepalen thema

**Uitdaging:** Voldoende inkomsten te vinden om mooie en inhoudelijk sterke printversies te kunnen blijven maken. En tegelijkertijd niet teveel advertenties, het magazine moet leuk blijven.

De 3 meest prominente doelstellingen van Leidsche Rijn Marketing voor 2021 zijn:

- 1 Inventariseren behoeften van parels in netwerk
- 2 Verbinding en samenwerking intensiveren
- 3 Samen met parels bewoners en bezoekers in beweging krijgen

De grootste uitdaging van Leidsche Rijn Marketing voor 2021 is:

**Zichtbaar maken dat Leidsche Rijn een ultieme plek is waar Gezond Stedelijk Leven beleefd kan worden met mobiliteit als belangrijke pijler.**