



MAGAZINE

CENTRUM



NAJAAR 2019

*Ruud en Betty Reijers
(Punte Juwelier)*

*'Familiebedrijven
dragen bij aan de
kwaliteit van deze
prachtige stad'*

En verder...

Brillenliefde • Op bezoek bij Vollers 386 • Zin in Utrecht •
Hulp bij online marketing • Inzameling horeca-afval •
Streekbierfestival • Sinten Maarten en Nicolaas

ONTDEK UTRECHT!

DOMKWARTIER

Voor eigen gebruik zijn de digitale versies van de stadsplattegronden te vinden op:
<http://cmutrecht.nl/over-ons/centrumkwartieren/>



DISCOVER UTRECHT! ENTDECKEN SIE UTRECHT! DÉCOUVREZ UTRECHT!

DOMKWARTIER MUST SEES

- 1 Domtoren
- 2 Domkerk
- 3 DOMunder
- 4 Pandhuis
- 5 Pandhof & Flora's hof
- 6 Karel V
- 7 Springhaver Theater
- 8 AAMU
- 9 Museum Speelklok
- 10 Utrechts Archief
- 11 Lijnmarkt, Zadelstraat
- 12 Oplein, 1 Wed, Maniplaats
- 13 VVV Information Centre

MUSEA

MUSEUMS / MUSEEN / MUSÉES

- AAMU museum (C3/C4)
- Centraal Museum (D4)
- Domtoren (B3/B4)
- DOMunder (B4)
- Het Spoorwag Museum (C3)
- Het Utrechts Archief (C4)
- Kruideniersmuseum (B3)
- Museum Catharijneconvent (C4)
- Museum Speelklok (B3)
- Nederlands Volksbuurtmuseum (A2/A3)
- nijntje museum (nifly museum) (D4)
- Rietveld Schröderhuis (B5)
- Sonnenborgh museum & sterrenwacht (D5)
- Universiteitsmuseum (D4)

Online citymap

You can find the city map online:
[visit-utrecht.com](http://www.visit-utrecht.com)
 This map includes local tips.

THEATER

THEATRES / THÉÂTRES / THEATRE

- Bestris Theater Utrecht (C1)
- Schillertheater (B3)
- Stadsschouwburg Utrecht (B4)
- Theater Kikker (B3)
- Werftheater (A3/B3)

BIOSCOOP

FILM / CINÉMAS / FILM

- Filmtheater 't Hoogt (B3)
- Louis Hartlooper Complex (B4)
- Springhaver Theater (C3)
- Pathé Rembrandt (B3)
- Wolff City bioscoop (A4)

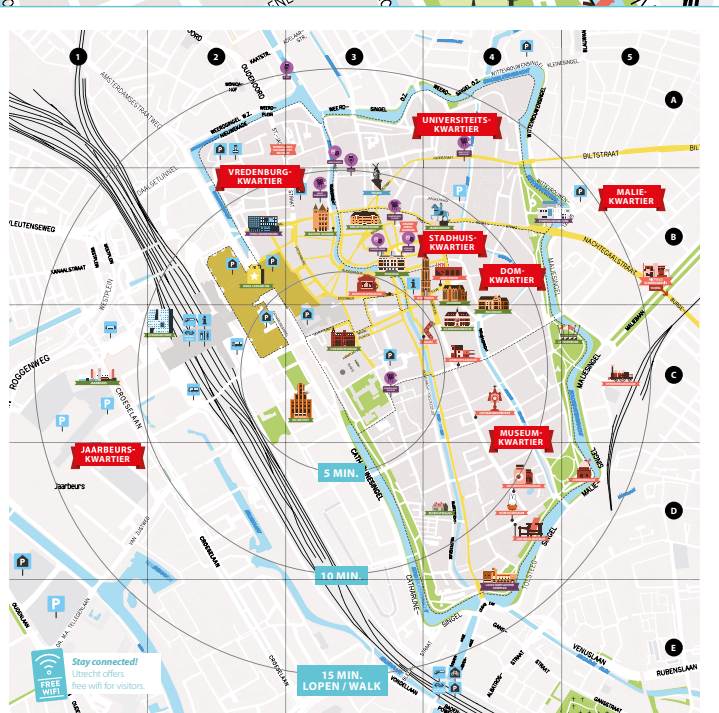
PODIA

STAGES / SALLES DE SPECTACLES / PODIUM

- EKKO (A2/A3)
- Rasa (B3)
- TivoliVredenburg (B2)

UTRECHT

bezoek-utrecht.nl \ visit-utrecht.com \ besuch-utrecht.de





Domkwartier 5
Brillenliefde kijkt verder dan alleen naar het verkopen van brillen.



Zin in Utrecht 8
Bezoekerscampagne wil zoveel mogelijk regionale bezoekers naar Utrecht trekken.



Domtoren in het licht 9
'Keys of Light' wordt mogelijk gemaakt door een financiële bijdrage van CMU.



Ondernemers-ondersteuning 12
Gratis trainingen voor ondernemers en hulp bij online marketing en sales.

Zin en onzin in Utrecht	3
Licht, camera, actie... ..	4
Utrecht Marketing	6
Alles Kids	7
Ontdek het Domkwartier met de z-card	7
Zaak in beeld... Vollers 386	13
Streekbierfestival	14
Inzameling swill	14
Laatste woord... Alan Grommers	15
Praktische informatie Singelloop Utrecht 2019	16
Nederlands Film Festival 2019	16
Sint Maarten Parade	17
Sinterklaasintocht 2019	17
CMU komt naar je toe	17
Welkom in Utrecht	18
Wat is er te doen dit najaar?	19
Tips&Tricks	19

Colofon CMU Magazine verschijnt vier keer per jaar en is een uitgave van Centrummanagement Utrecht (CMU), een samenwerkingsverband van:
• Vereniging van Commercieel Onroerend goed eigenaren Utrecht Centrum • Stichting Utrechts Museumkwartier • Grootwinkelbedrijven centrum Utrecht • Koninklijke Horeca Nederland
• Ondernemersverenigingen uit de verschillende centrumkwartieren

Hebt u vragen of opmerkingen aangaande CMU? Neemt u dan via onderstaande gegevens contact met ons op. Uw reactie wordt gewaardeerd.

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

Redactie
Thijs-Jan Lanning
(Lawine Communicatie)

Met dank aan
Arjan Kleuver
Jeroen Roose-van Leijden
Sebastiaan Weljmans
Meindert Witvliet
Danielle van der Kuijl
Janneke Heinen

Concept, realisatie, Eindredactie en Coördinatie
Thijs-Jan Lanning
(Lawine Communicatie)
06-16616285

Vormgeving
Annelies van Roosmalen
(DTP-Express)
06-21282835

Fotografie
Meindert Witvliet, Thijs-Jan Lanning,
Carola van Dalen, Aad van Vliet,
Talita Kalloe

Zin en Onzin in Utrecht

Het is begonnen! De campagne Zin in Utrecht is van start gegaan. Bestuursleden Maryse François en Joyce Verdijk hebben een enorme berg werk verzet, maar het resultaat mag er zijn. Ook van veel ondernemers in het centrum hebben we - in dank - veel complimenten ontvangen. Wat u nu ziet is waarschijnlijk nog maar het begin...

We zijn begonnen

Wellicht denk je bij zo'n campagne: je schakelt een bureau in en dat voert dan de opdracht uit. Mij heeft het verbaasd hoeveel meer werk erin gaat zitten: overleg met Utrecht Marketing, discussies over de aanbestedingsgrens, nadenken over hoe de campagne meer dan een eenmalige actie kan zijn, centrumnager Jeroen en de kwartiermakers die u op de hoogte brachten en u overtuigden om op de campagne in te spelen. En dat werk is nog niet gedaan. We zijn net begonnen.

Ongeveer tegelijkertijd werden de resultaten bekend van een, in opdracht van CMU, uitgevoerd onderzoek naar de bewoonbaarheid van de binnenstad. Onderzoeksbureau STRABO enquêteerde een zeer representatief aantal binnenstadbewoners bij supermarkten. Waar in de media het geluid van klagers nogal eens de overhand heeft, toonde het onderzoek aan dat binnenstadbewoners zeer tevreden zijn en dat zelfs met een extreem hoog cijfer van 8,1. Op de punten waarover door een minderheid wel geklaagd wordt, wil CMU graag samenwerken met bewoners, want ook wij zijn tegen overlast, rotzooi, onveiligheid en onbezonnen uitbreiding van de horeca. De resultaten van dat onderzoek bereikten ook de media.

Het klagende deel van de centrumbewoners was niet in zijn nopjes met zo veel tevredenheid. Ze vond gehoor bij de Partij voor de Dieren, PvdA en Stadsbelang Utrecht die prompt vragen stelden aan het college van B&W. Met willekeurige citaten uit het onderzoeksrapport en willens en wetens verkeerd gebruikte termen wilden deze partijen het College en de lokale pers graag op het verkeerde been zetten. Overigens zelfs zonder even met CMU te bellen of de vragen bij ons aan te kondigen. GroenLinks, VVD, D66 en Student en Starter, ChristenUnie en CDA lieten elk op hun eigen, maar constructieve wijze, wel iets aan CMU weten.

Ondertussen gaan we ook door met het ondersteunen van ondernemers. Als u dit leest is de bijeenkomst over online marketing voor ondernemers al geweest. Ik hoop daar de volgende keer meer over te schrijven. En als ik denk wat er nog in de pijplijn zit, dan wordt het proppen in de volgende column.

Nog niet ingehaakt op Zin in Utrecht, maar wilt u wel meedoen? Graag! Ook u bepaalt daarmee het succes van het Utrechtse centrum. Kijk snel op: cmutrecht.nl/zininutrecht-campagne-2019/

Ik wens u namens het bestuur van CMU veel leesplezier en goede zaken toe.

Arjan Kleuver
Voorzitter CMU

Licht, camera, actie...

Tijdens het verschijnen van dit magazine, heeft het Nederlands Film Festival (NFF) haar rode loper weer uitgerold in het Utrechtse Centrum. Dat laten we als centrummanagement natuurlijk niet onopgemerkt voorbij gaan. Door: Jeroen Roose-van Leijden

Winactie

Tijdens de 39^e editie hebben we daarom samen met het festival drie publieksvoorstellingen gerealiseerd in de Janskerk. Tijdens deze bijzondere avonden, het festival was immers nog niet eerder in deze hier te vinden, kunnen 900 bezoekers genieten van de voorstellingen *Delibi*, *Ring of Dreams* en *De Dirigent*. Om hiervoor in aanmerking te komen, maken bezoekers kans op kaarten door uiteenlopende acties bij verschillende ondernemers in het centrum. Bij iedere winactie is en was een actiecode te verkrijgen waarmee je twee kaarten ontvangt want naar de film ga je immers samen.

Domspektakel

Na het NFF staat de eerstvolgende publieksactie in het teken van de Dom. We maken op het Domplein een hele bijzondere lichtinstallatie mogelijk waarmee je als bezoeker al spelend op een piano de Dom in de schijnwerpers zet. U hoort de komende weken nog meer over dit bijzondere spektakel.

Zin in Utrecht

Verder heeft u vast gemerkt dat het CMU volop in actie is voor het centrum. Op woensdag 4 september startte de bezoekerscampagne Zin in Utrecht tijdens een bijeenkomst in de Winkel van Sinkel met ruim zeventig aanwezigen. Op www.zininutrecht.nl bundelen we tips voor bezoekers aan het centrum en willen we zorgen dat regionale en nationale bezoekers op die manier zin krijgen in een bezoek aan Utrecht.

Om er voor te zorgen dat deze site aantrekkelijk is én blijft, verwachten we ook actie van uw kant. Enerzijds door een bijdrage te leveren aan de zichtbaarheid van de campagne, hang het campagnebeeld op en gebruik de #zininutrecht bij berichten op social media-kanalen. Want alleen samen kunnen we de campagne laten vliegen en ons centrum de 'schijnwerpers' geven dat het verdient.

Geef tips!

Anderzijds door het geven van tips. Bij het schrijven van dit stuk hebben we zeventig tips ontvangen, maar er moeten er toch veel meer zijn, dus hierbij de oproep: deel je tip via de website of via hallo@zininutrecht.nl en vertel waarom jouw plek/onderneming/tip/actie de moeite van een bezoek aan het centrum meer dan waard is.

Ondernemers kom in actie

Het is juist de grote verscheidenheid aan zelfstandig ondernemers, in combinatie met bekende (inter)nationale ketens die het centrum van Utrecht bijzonder maakt.



CMU beseft zich dat er steeds meer actie van ondernemers wordt gevraagd om bezoekers aan hun winkel/zaak/onderneming/merk, en daarmee aan ons centrum, te binden. Vandaar dat we naast een bezoekerscampagne om bezoekers uit de regio te wijzen op alles wat er te doen is in het centrum, vanuit het aandachtsgebied Ondersteuning en Ontwikkeling ondernemers vragen ook in actie te komen.

Ondersteuning marketing en sales

Online wordt er namelijk steeds meer kennis en kunde gevraagd van ondernemers om op te blijven vallen in het bos van de steeds maar groeiende hoeveelheid internetsites en aanbieders. Daarom willen we centrum ondernemers graag helpen om nog beter online te presteren en te werken aan een hun online zichtbaarheid. Daartoe hebben we bij een selectie van retailers, horeca en dienstverleners in het centrum bekeken hoe zij zich online presenteren en welke verbeteringen er mogelijk zijn.

Startbijeenkomst 7 oktober

De resultaten van deze scan heeft een ieder als het goed is inmiddels ontvangen. Zie deze als een uitnodiging om vervolgens met ons in actie te komen om je online zichtbaarheid en je marketing en sales activiteiten online nog verder te verbeteren

tijdens de trainingen die we dit najaar aanbieden. Kom in actie en kom massaal naar onze startbijeenkomst op maandagavond 7 oktober vanaf 18:30 uur in de Driehoek. Meer informatie over de trainingen is te vinden op onze website. Vragen? Neem gerust contact op.

CMU komt naar je toe

Tot slot komen ook de voor u bekende contactpersonen in de kwartieren in actie. We hebben de inloopochtend in het centrum op de laatste donderdag van de maand gewijzigd in een letterlijke inloopochtend. Want de laatste donderdag van de maand zijn onze vast contactpersonen te vinden in de centrumkwartieren. Heb je een vraag, een goed idee of wil je wat kwijt? Laat het Janneke, Femke, Corina of mij weten en we lopen bij u langs.

**Om er voor te zorgen dat
zininutrecht.nl aantrekkelijk
is én blijft, verwachten
we ook actie van uw kant.**

Zaak in beeld

Dat zich in het Domkwartier veel winkels, horeca en andere bedrijven bevinden, mag duidelijk zijn. Maar wie en wat gaan er eigenlijk achter al die 'zaken' schuil? Deze keer legden we vier vragen voor aan Jan, Iris en Sandy van Brillenliefde op de Lijnmarkt.

Brillenliefde, Lijnmarkt 7

'Transparantie is heel belangrijk voor ons'

Eind 2018 mochten we nog Brillenliefde verwelkomen in het Domkwartier. Niet zomaar een opticien, maar een winkel die verder 'kijkt' dan alleen naar het verkopen van brillen. Zo streven ze er naar om onder meer dakloze mensen of andere goede doelen in Utrecht te helpen om meer kwaliteit te geven met betrekking tot het zien.

Zo kunnen tot het einde van het jaar mensen hun oude brillen binnenbrengen en ontvangen daarbij een waardebon van vijftien euro per montuur, deze waardebon kan dan worden ingewisseld bij aankoop van een nieuwe bril. De verzamelde monturen in combinatie met glazen die door Brillenliefde zullen gesponsord worden gaan dan naar daklozen.

Hoe omschrijf je Brillenliefde?

"Als een no nonsens, jong, dynamisch optiekbedrijf dat eerlijkheid en transparantie vooropstelt, gecombineerd met exclusieve, hippe monturen in alle prijs categorieën. Tijd en aandacht voor de klant staat centraal. Na een kleur- en stijladvies gaan we op zoek naar het ideale montuur, de klant kiest uit verschillende internationale en nationale brillenmerken. Door onze jarenlange ervaring in de export zijn we erin geslaagd merken binnen te halen die je nauwelijks vindt in Nederland maar wel passie, schoonheid en ambacht uitademen! Als we het perfecte montuur gevonden hebben, onderzoekt onze HBO- geschoolde top-optometrist de ogen volledig met de laatste nieuwe apparatuur. Hier nemen we maar liefst een uur de tijd voor! Ogen zijn en blijven organen die goed verzorgd moeten worden."

Wat voegt jullie concept toe aan het Domkwartier?

"Wij vinden het Domkwartier een van de leukste en hipste kwartieren. Dit is ook de reden waarom we ons hier gevestigd hebben. Aangezien ambacht en liefde voor het vak centraal staan, zijn we er zeker van dat we een toegevoegde waarde hebben voor het kwartier. Samen met Ace&Tate en Optical Art is de Lijnmarkt een beetje een optiekstraat geworden waar je de leukste en hipste monturen van Utrecht vindt!"

Waar zijn jullie trots op?

"We zijn trots dat we op een heel mooie plaats onze boetiek kunnen presenteren aan het Utrechtse publiek. Trots dat onze klanten ons concept kunnen waarderen. Trots dat we nu al een extra persoon moeten aannemen omwille van het succes. Trots op onszelf omdat we dag en nacht werken om diversiteit en de beste service te bieden. Trots dat we met deze zaak verschillende goede doelen kunnen ondersteunen en Utrecht nog mooier maken. Menselijkheid is voor Brillenliefde heel belangrijk!"



Hebben jullie nog speciale plannen voor de toekomst?

"We zijn momenteel bezig om onze oude werfkelder om te bouwen in een filmzaaltje en een extra meetruimte. Klanten krijgen de mogelijkheid om kennis te maken met designers van verscheidene merken en productiemethoden via film. Transparantie is heel belangrijk voor ons. Het is namelijk ook heel leuk als je weet wie jouw bril heeft ontworpen en hoe. De kelder moet tegen het einde van het jaar klaar zijn."

Wie, wat, waar & wanneer?

Brillenliefde

Lijnmarkt 7
3511 KE Utrecht
030 3031092
info@brillenliefde.nl
www.brillenliefde.nl

Openingstijden

Ma gesloten
Di geopend op afspraak
Wo 11:00 - 19:00
Do 11:00 - 19:00
Vr 11:00 - 19:00
Za 11:00 - 19:00
Zo gesloten

5 jaar Uitagenda Utrecht

Een blad dat de bewoners van Utrecht moest informeren over het culturele aanbod in de stad. Met dat doel verscheen vijf jaar geleden het eerste Uitagenda magazine. Het werd enthousiast ontvangen en is in de jaren die volgden uitgegroeid tot dé bron van informatie over muziek, theater, film en exposities in Utrecht.

Inspiratie leidt tot bezoek

Bij het lezersonderzoek dat medio dit jaar is gehouden, geeft 91 procent van de deelnemers aan culturele activiteiten te bezoeken naar aanleiding van het lezen van de Uitagenda. Het magazine inspireert mensen om de stad in te gaan; zo veel mag duidelijk zijn. En dat doen ze niet alleen om culturele redenen. In hetzelfde onderzoek geven vier op de vijf lezers aan dat ze dankzij het blad nieuwe winkels, cafés en restaurants te ontdekken.

Breed publiek

De oplage van 35.000 exemplaren bereikt een publiek van 65.400 lezers en vergroot de interesse in Utrecht in brede zin. Zo waren er in recente edities interviews te lezen met artiesten als rapper Typhoon en pianiste Iris de Hond, die optredens gaven in de stad. Er waren reportages over echt Utrechtse evenementen als Festival Oude Muziek, Gaudeamus Muziekweek en Nederlands Film Festival, en vooruitblikken op Open Monumentendag en grote tentoonstellingen in het Centraal Museum.

Familiebedrijven

Maar in elk nummer wordt ook ruime aandacht besteed aan nieuwe horecagelegenheden, onontdekte plekken in de binnenstad en de wijken, originele (shop)wandelingen en authentieke ondernemers die Utrecht een gezicht geven. In woord en beeld portretteerde Uitagenda bijvoorbeeld drie familiebedrijven die al generaties lang in de binnenstad zitten. Hoe is het om de zaak van je ouders over te nemen en het succes voort te zetten? Onder meer Daan Broekman van De Rode Winkel vertelde daarover in een persoonlijk interview.



Gebaande paden

Dat de Utrechtse horeca ook de landelijke trends oppikt, ontgaat de Uitagenda uiteraard niet. In reportages over de opmars van brewpubs, bier-spijscombinaties, veganistisch eten, natuurwijn en non-alcoholische foodpairing worden de lokale ontwikkelingen geschetst. Hoe geven Utrechtse cafés en restaurants hier invulling aan? Er is aandacht voor het vele mooie industriële erfgoed dat wordt omgetoverd tot horecagelegenheid, en regelmatig worden specifieke zaken getipt, zoals barbershops, fietswinkels, patissiers, conceptstores, sportscholen en afhaalrestaurants. Altijd met een bijzonder tintje natuurlijk, want de Uitagenda treedt graag buiten de gebaande paden.

Bezoekers én ondernemers

Zo is het magazine een steeds belangrijker medium geworden voor bezoekers van én ondernemers in de binnenstad. In het vijftigste nummer, dat op 1 december dit jaar verschijnt, gaan we daar dan ook niet aan voorbij. Verwacht een feestelijke editie met een veelzijdig aanbod aan artikelen, maar ook activiteiten in de stad, waaronder een tentoonstelling in samenwerking met TivoliVredenburg.

Ook kosteloos distributiepunt worden van de Uitagenda? Stuur een mail naar: info@uitagenda utrecht.nl



20 oktober: Alles Kids

Van Domplein tot Leidsche Rijn, de wondere wereld van Alles Kids zet met meer dan honderd culturele activiteiten Utrecht één dag lang op z'n kop. Tijdens deze derde editie op 20 oktober is er weer een dag lang van alles te zien, te doen en te beleven op heel veel verschillende plekken in de stad.

Thema van deze derde editie is 'perspectief' waar de vele deelnemers hun eigen invulling aan geven en mee spelen. Met meer dan honderd programmaonderdelen op ruim 40 locaties is er voor ieder wat wils, voor de allerjongsten en iets oudere kinderen.

Kijk voor meer informatie op cultureleZondagen.nl



Uit het Domkwartier...

Ontdek het Domkwartier met de z-card

Om nog meer mensen te laten zien hoe mooi het Domkwartier is en om bezoekers écht kennis te laten maken met het kwartier, hebben de ondernemers van het Domkwartier een 'z-card' ontworpen: een vouwkaartje met plattegrond, vol verborgen pareltjes en bekende plekken. De vouwkaart mag iedereen gratis meenemen.

Vouwkaartjes in jouw zaak

Help je mee met het promoten van het Domkwartier? Haal dan zo'n mooi zwart doosje vol vouwkaartjes op en zet 'm op de toonbank of geef 'm mee aan elke klant. Of haal een stapeltje losse vouwkaartjes op voor in de vensterbank of in een kaartenrek. Ophalen kan bij Hop & Stork op de Lijnmarkt of bij het kantoor van Vera Diepeveen boven EKKO op de Bemuurde Weerd.

Te gebruiken beeldmateriaal

Zijn de kaartjes ook bij jou verkrijgbaar? Laat het iedereen weten via social media! En tag het Domkwartier op Facebook en Instagram met @domkwartierutrecht en #domkwartier.

Ontwerp: Jochem Coenen • Foto's: Aad van Vliet • Tekst: Vera Diepeveen



Campagne Zin in Utrecht gelanceerd!

Hebt u de rode, knipogende U-smiley al gezien op de digitale schermen in de stad? Of op social media? Het is het sympathieke icoon van de campagne waarmee CMU het centrum in de schijnwerpers zet. 'Zin in Utrecht' werd op 2 september gepresenteerd aan de ondernemers van CMU in De Winkel van Sinkel.

Grachten, winkels, terrassen, cultuur, historie, musea, restaurants, cafés, Nijntje, de Dom, de shopping mall, hotels, festivals, Tivoli... Als je als centrum zoveel te bieden hebt, hoe positioneer je jezelf dan? Dat was de vraag van CMU aan communicatiebureau O-utrecht. Het resultaat is een herkenbare en krachtige campagne, die alles verbindt. Compleet met U-smiley, hét icoon van de campagne, en de pay-off 'Zin in Utrecht!'

Zin in Utrecht?

Zin in utrecht is een uitnodigende, positieve campagne die aansluit bij de beleavingswereld van bezoekers uit de regio. Een dagje weg, door een stad dwalen, een middagje shoppen, nieuwe adresjes opsporen, restaurantjes uitproberen, een evenement bezoeken... Dat zijn feestjes, daar heb je zin in!

Tips tips en nog eens tips

De campagne moet prikkelen en activeren. Daarom draait het in de campagne om tips, verzameld op zininutrecht.nl. Daarmee willen we zoveel mogelijk bezoekers naar Utrecht trekken en hen verleiden zo lang mogelijk te blijven. En wie kun je beter vragen naar de leukste adresjes dan Utrechters en Utrecht-fans? Via Facebook en Instagram roepen we op om Utrecht-tips te delen. De tipgevers belonen we met een gave city bag met de U-smiley erop. Deze kunnen worden opgehaald bij diverse ondernemers in de binnenstad.



Meer zien? Hier vindt u zininutrecht!

Website: zininutrecht.nl

Facebook: [zininutrecht](https://www.facebook.com/zininutrecht)

Instagram: [@zininutrecht](https://www.instagram.com/zininutrecht) en [#zininutrecht](https://www.instagram.com/zininutrecht)



Vragen?

Hebt u extra materiaal, zoals posters of ansichtkaarten, nodig? Hebt u ideeën of vragen? Mail dan naar hallo@zininutrecht.nl!



Samen zorgen voor succes

Helpt u mee van deze campagne een succes te maken? Fijn!

1. Mail uw tip
Hoe meer tips op zininutrecht.nl, hoe meer mensen de site zullen vinden. Wat is uw tip voor bezoekers aan Utrecht? Wat hebt u als ondernemer te bieden, wat is uniek? Mail uw tip naar hallo@zininutrecht.nl, dan plaatsen we 'm op de website en de socials. Zo krijgt uw onderneming ook een plek in de campagne.
2. Poster & kaartjes
Om de campagne ook offline zo zichtbaar mogelijk te maken, vragen we u de poster met 'zin in Utrecht!' op uw raam te hangen en ansichtkaartjes bij uw kassa te leggen. Deel ze uit aan klanten en vertel erbij dat zininutrecht.nl dé plek is om te ontdekken wat er leuk is in Utrecht.
3. Plaats een bericht op uw eigen social media
Zet ook uw social media in voor de campagne, met de uitingen uit onze toolkit!
Hier is vast een voorbeeldbericht:
Zin in Utrecht? De leukste adresjes voor een dagje, nachtje, weekendje Utrecht vind je op zininutrecht.nl. Volg [@zininutrecht](https://www.instagram.com/zininutrecht) voor meer tips van insiders.
[#zininutrecht](https://www.instagram.com/zininutrecht) [#utrecht](https://www.instagram.com/utrecht) [#centrum](https://www.instagram.com/centrum) [#domstad](https://www.instagram.com/domstad) [#030](https://www.instagram.com/030) [#dagjeuit](https://www.instagram.com/dagjeuit) [#triputrecht](https://www.instagram.com/triputrecht) [#shoppennutrecht](https://www.instagram.com/shoppennutrecht) [#centrumutrecht](https://www.instagram.com/centrumutrecht) [#uitinutrecht](https://www.instagram.com/uitinutrecht) [#weekendjeutrecht](https://www.instagram.com/weekendjeutrecht) [#dagjeutrecht](https://www.instagram.com/dagjeutrecht) [#etenutrecht](https://www.instagram.com/etenutrecht)
4. Volg de campagne
Volg, like en deel wat u van [zininutrecht](http://zininutrecht.nl) voorbij ziet komen!

Première 'Keys of Light' op 15 oktober in Utrecht

Pianisten zetten Domtoren in het licht



Vanaf 15 oktober tot en met 21 december vindt 's avonds iets bijzonders plaats op het Utrechtse Domplein: een klank- en lichtspel met de interactieve piano-installatie 'Keys of Light' van de Utrechtse studio Mr. Beam. Uiteenlopende pianisten bespelen dit unieke kunstwerk waarmee een spel ontstaat tussen muziek, licht en architectuur, geprojecteerd op de Domtoren.

Première

Op dinsdag 15 oktober is de feestelijke première van 'Keys of Light' op het Domplein, met een optreden van een bekende pianist, van wie de naam later bekend wordt gemaakt. Het unieke van 'Keys of Light' is dat de pianist door zijn spel zelf bepaalt welke beelden, kleuren en vormen worden geprojecteerd.

CMU

Iedereen, van jong tot oud en van amateur tot professional, krijgt vanaf 16 oktober tot 21 december de gelegenheid om op de piano te spelen en daarmee de Dom op speelse wijze te verlichten. Voor iedereen is dat ongetwijfeld een unieke ervaring en daarmee bij uitstek een reden voor een bezoek aan het centrum van Utrecht. Voor het spelen zelf wordt een kleine financiële bijdrage gevraagd die volledig ten goede komt aan de restauratie van de belevingselementen zoals uurwerk en verlichting van de Domkerk. De lichtinstallatie op het Domplein wordt mogelijk gemaakt door een financiële bijdrage van CMU.

'Onvergetelijke ervaring'

"Vanuit onze passie voor multimedia design en projection mapping vertellen we verhalen, waarbij we op zoek gaan naar grensverleggende manieren om technologie en kunst samen te laten komen tot een onvergetelijke ervaring", zegt

Mo Assem van Mr. Beam, het bedrijf dat Keys of Light' heeft ontwikkeld. "Prachtig om 'Keys of Light' nu ook op de Domtoren in ons eigen Utrecht te kunnen laten zien."

Mr. Beam is ook de maker van 'hier woont nijntje', een projectie die vanaf de eerste dag van de wintertijd elke avond op de gevel van het nijntje museum in Utrecht te zien is.

Stichting Utrechts EigenDom

Het evenement 'Keys of Light' is een initiatief van de Stichting Utrechts EigenDom, die financiële bijdragen wil werven voor de restauratie van de Domtoren. Eerste doel van de stichting is geld op te halen voor de kunstzinnige aanlichting van de Domtoren. Het lichtkunstwerk 'In Lumine Tuo' van Speirs + Major uit London is ten behoeve van de restauratie van de Domtoren geheel gedemonteerd en verwijderd. Voorzitter Olav Rosenberg van de stichting: "Wij zouden het geweldig vinden als met steun van de stad, bewoners, het bedrijfsleven en de culturele fondsen deze geweldige illuminatie van de Dom vernieuwd, verbeterd en duurzaam terug kan komen na de restauratie. Onze eigen Dom moet weer gaan stralen na de restauratie van vijf jaar!" aldus Rosenberg. "We betrekken de stad hier graag actief bij. Daarom zijn we op zoek gegaan naar activiteiten die met 'licht' te maken hebben, die aantrekkelijk zijn voor veel mensen en bewoners en bedrijfsleven de mogelijkheid geven om zelf actief mee te doen."

Son et Lumière

Olav Rosenberg: "Wij hopen dat zoveel mogelijk mensen van binnen en buiten Utrecht naar het Domplein komen. Vanaf medio oktober beginnen de donkere dagen voor de Kerst, het is gezellig met de sfeerverlichting in de binnenstad en de Domtoren wordt muzikaal in het licht gezet", zegt hij. "We hebben onze eigen Son et Lumière, maar dan wel een heel bijzondere."



Centrum Magazine Utrecht gaat in gesprek met een betrokken persoon verbonden aan het centrum door een winkel, horecagelegenheid of organisatie. Deze keer gingen we in gesprek met Ruud Reijers van Punte Juwelier in de Choorstraat.

Het Domkwartier kenmerkt zich door de grote diversiteit aan winkels en horecagelegenheden. En niet te vergeten door de Domtoren, de kerken, het Academiegebouw en het grote culturele aanbod in de buurt. Kortom bij uitstek het kwartier waar het beste van Utrecht samenkomt.

'De aankoop van het pand was een gouden zet'

Wie, wat, waar & wanneer?

Punte Juwelier

Choorstraat 34-36
3511 KN Utrecht
030 231 2921
info@punte-juwelier.nl
www.punte-juwelier.nl

Openingstijden

Ma	13:00 - 18:00
Di	09:30 - 18:00
Wo	09:30 - 18:00
Do	09:30 - 20:30
Vr	09:30 - 18:00
Za	09:30 - 17:00
Zo	12:00 - 17:00



Zo vinden we in dit gebied gelukkig nog steeds veel unieke winkels, en speciaalzaken, al neemt dit aantal helaas wel af de laatste tijd. Hopelijk worden de opengevallen plekken weer ingenomen door ondernemers met durf en authenticiteit die het unieke karakter van straten als de Lijnmarkt, de Choorstraat en de Zadelstraat in ere houden. Aan Ruud Reijers van Punte Juwelier zal het niet liggen.

Gouden zet

Dit jaar is het al weer zestig jaar geleden dat zijn ouders begonnen met de zaak in het voormalige zoutpakhuis aan de Choorstraat. Een uniek jubileum in deze tijd en het juweliersbedrijf mag zich dan ook met trots de oudste zelfstandige juwelier van Utrecht noemen. "Mijn ouders begonnen in 1959 met klokken en uurwerken. Gaandeweg kwamen daar de trouwringen en andere sieraden bij. In de beginjaren was dat goed aanpoten en ploeteren, maar ze hebben het door keihard te werken gered. De aankoop van het pand, was een gouden zet."

Beginjaren

Ondanks dat mooie bezit woont er niemand van de familie. Alleen in de beginjaren woonde zijn vader boven de zaak en Ruud zelf leefde er ook tien jaar. "Wonen boven de zaak heeft wel iets, maar je zit zo toch wel heel dicht op je werk. Dus het is fijn om er niet boven te wonen. Dit geeft mij nu de gelegenheid een lekker en gezond stuk te fietsen naar het werk."

Uitzicht

Het maakt het uitzicht vanuit de winkel niet minder prachtig en dat is sinds 1959 niet veel veranderd. Hoewel het uitzicht op de Domtoren tegenwoordig iets anders is dan gebruikelijk, is Ruud ook daarmee niet heel ontevreden. "We hebben hem helemaal ingepakt zien worden, en dat heeft ook wel weer wat. Dit is toch ook weer een razend knap staaltje bouwkunst zo met al die steigers. Voor ons en de klanten is dit een fijne plek. En het enige dat eigenlijk wel eens veranderd zijn de luifeltjes op de winkels."

Punte

Ruud en zijn zus groeiden op tussen de sieraden en horloges. Hij nam de zaak in 2002 met veel plezier over van zijn ouders en werkt daarbij samen met zijn vrouw Betty en zus Marjolein. Ook zijn ouders zijn op de achtergrond nog steeds betrokken. Ruud heeft er wel voor gekozen eerst elders ervaring op

te doen in het vak en zijn horizon te verbreden. Net als zijn zus trouwens, die er later bij is gekomen en veel ervaring had opgedaan in de retail. In al die jaren van het bestaan heeft de familie Reijers hard gewerkt om Punte Juwelier te maken wat het is. "De naam Punte komt trouwens van de achternaam van de eerste vrouw van mijn vader. Mijn ouders hebben bewust deze naam behouden voor de zaak omdat het al een bekende was in de wereld van de juweliers (in Arnhem en omgeving)."

Boek schrijven

Ondanks dat de juweliersbranche tegenwoordig omgeven is door veiligheidsmaatregelen wordt Ruud er niet minder enthousiast voor zijn vak om. "Het is natuurlijk een hot item in onze branche en zoals je ziet moeten we alles enorm beveiligen en afschermen, maar denk niet dat het daarmee erger is dan vroeger. In de jaren '80 was het een heel andere tijd met de vele junks die de binnenstad toen bevolkten. Over alle diefstallen en andere heftige zaken die we hebben meegemaakt, kunnen we wel een boek schrijven. Maar aan de andere kant: de mooie momenten, de leuke klanten en de bijzondere bezoeken hebben echt de overhand. Bovendien ben ik van mening dat je je moet laten leiden door het positieve. Als ik dat niet zou hebben, moet je je afvragen of je dit nog wel wilt doen."

Meegroeien

Punte Juwelier was en is een blijvertje. Volgens Ruud is het nog steeds belangrijk, zeker in zijn branche om met een fysieke winkel op een goede plek in de stad te zitten. Maar natuurlijk gaat ook deze zaak wel met zijn tijd mee. "We zijn behoorlijk actief op sociale media en online platforms. Hiermee trekken we best veel publiek. En je moet natuurlijk meegroeien. Je biedt je klant ook zo de gelegenheid om thuis eerst goede research te doen. Uiteindelijk wil je sierraden toch in het echt zien en meestal ook passen. Daarnaast vind ik ook dat familiebedrijven als de onze bijdragen aan de kwaliteit en diversiteit van een prachtige winkelstad."

Glitters

Zestig jaar familiebedrijf in de binnenstad mag best uniek worden genoemd. Want dat een familiebedrijf wordt voortgezet door de volgende generatie is, zeker in deze tijd, geen vanzelfsprekendheid. Behalve bij de familie Reijers natuurlijk, daar staan de dochters van Ruud en Betty natuurlijk al te springen... Ruud, lachend: "Onze dochters van 6 en 8 zijn in ieder geval wel gek op glitters, dus wie weet!"

Tekst: Thijs-Jan Lanning, foto's: Carola van Dalen, Thijs-Jan Lanning

Hulp bij online marketing en sales

Door de opkomst van smartphones en mobiel internet verandert de manier waarop we leven drastisch. Gemiddeld checken we 150 keer per dag onze mobiel en besteden we er 177 minuten op. Ook de manier waarop we consumeren is hierdoor veranderd. Online vergelijken we producten en diensten, en vervolgens kopen we op een moment en plaats naar keuze. Zowel online als offline.

Om succesvol in te kunnen spelen op de nieuwe consument biedt CMU ondernemers in het centrum een supportprogramma aan op het gebied van online marketing en sales. Onderdeel van het programma is een pakket aan hulpmiddelen. Het doel van dit programma is om jou als ondernemer te helpen bij het benutten van online kansen.

Wil je meer weten over dit programma? Kom dan op **7 oktober** naar het officiële kick-off evenement. Naast informatie over het programma, hebben we twee inspirerende ondernemers uitgenodigd om hun succesverhaal met jou te delen. Kijk op onze website voor data en inschrijfmogelijkheden:

<https://cmutrecht.nl/over-ons/ondersteuning/>

CMU biedt de volgende trainingen t.w.v. € 95,- per persoon gratis aan:

14 oktober 2019 – Starten met online marketing voor horecaondernemers

21 oktober 2019 – Starten met online marketing voor retailers

28 oktober 2019 – Starten met lokale SEO voor horecaondernemers

4 november 2019 – Starten met SEO voor retailers

6 januari 2020 – Social media & content marketing voor horecaondernemers (deel 1)

13 januari 2020 – Social media & content marketing voor retailers (deel 1)

20 januari 2020 – Social media & content marketing voor horecaondernemers (deel 2)

27 januari 2020 – Social media & content marketing voor retailers (deel 2)



Het belang van social media voor ondernemers

Social media speelt een steeds grotere rol in de zichtbaarheid van je bedrijf. Of je nu een restaurant, koffiebar of winkel hebt, je kunt er eigenlijk niet meer omheen.

Kanalen zoals Facebook en Instagram bieden de kans om in contact te komen met je doelgroep. Door actief deel te nemen, krijgt je bedrijf een gezicht en wordt communicatie persoonlijker. Op deze manier vergroot je de naamsbekendheid. Dat is precies de eerste stap in het marketingproces. Hoogstwaarschijnlijk is de concurrentie al (succesvol) actief op social media. Zij halen zo klanten binnen die jij niet bereikt. Hartstikke zonde natuurlijk!

Verder bieden de verschillende kanalen de kans om in contact te komen met de ideale doelgroep. Je kunt gericht zoeken naar klanten door middel van demografische kenmerken en interesses. Daarnaast kun je selecteren op woonplaats, wat ideaal is voor locatie gebonden diensten.

Last but not least: conversies. Plezier is het allerbelangrijkst bij het hebben van een eigen bedrijf, maar er moet ook brood op de plank komen. Uit onderzoek is gebleken dat ondernemers die social media kanalen op de juiste manier inzetten, een ruime stijging in hun omzet behalen.

Hoe zet je kanalen zoals Facebook en Instagram op de juiste manier in?

De kwaliteit van de posts gaat boven alles. Het is essentieel dat elke post een voorbeeld is van de kwaliteit die volgers van je kunnen verwachten. Zorg dus voor mooie foto's en pakkende onderschriften. Verder is het belangrijk om de juiste hashtags op Instagram te gebruiken om de vindbaarheid te verhogen.

Daarnaast is continuïteit echt een must. Klanten moeten op je kunnen rekenen. Eén keer per week iets posten is dus echt onvoldoende. Als je maar zo nu en dan iets post wordt je bereik uiteindelijk steeds kleiner. Verder is het belangrijk om een plan te hebben. Door middel van een strategie haal je de klanten uiteindelijk binnen. En dat is nu precies wat je wilt. Klanten van jouw doelgroep die blijven terugkeren voor die lekkere kop koffie of zo'n mooie kwalitatieve hoed uit jouw speciaalzaak.

Voor het Vredenburgkwartier en het Museumkwartier houdt Judith Voogt zich als freelancer bezig met de social media. Naast de kwartieren verzorgt ze ook de social media voor diverse ondernemers. Kijk voor meer informatie op www.septembersecond.com/diensten.



Zaak in beeld

Het Museumkwartier staat bekend om haar gezelligheid, veelzijdigheid en natuurlijk kunstzinnigheid. Zo is de Twijnstraat haast een dorpsstraat in de stad. Wie zijn eigenlijk de mensen achter al die prachtige 'zaken'? Deze keer liepen we over de Oudegracht en namen een kijkje bij Vollers 386 en spraken met Janet Braas.



MUSEUMKWARTIER



Vollers 386, Oudegracht 386

'Wij doen ons best je steeds weer te verrassen'

Deze fashion & lifestyle store op de Oudegracht in het Museumkwartier biedt een mix van mode, interieur, lifestyle en design. Een unieke collectie van hebbedingen voor jezelf, voor thuis of om cadeau te geven. "Wij doen ons best je steeds weer te verrassen. Dus vind je hier van alles wat het leven een beetje mooier maakt."

"We kiezen met zorg voor merken die écht mooie, originele producten maken. Van jonge designers tot gevestigde namen. De winkel hangt vol met unieke kledingstukken, schoenen, home accessoires, sieraden en veel meer", aldus eigenares Janet Braas.

Fair trade

"Tijdens mijn bijzondere reizen door Azië en Europa, vond ik het tijd om mijn schat aan inspiratie tot uiting te brengen in een eigen zaak. In Vollers 386 vind je dan ook een zorgvuldige selectie van alles wat mij inspireert. Dat de focus daarin ligt op fair trade, kleding en schoenen is geen verrassing. Mijn voorliefde heeft altijd al in de mode- en schoenenbranche gelegen. En met mijn jarenlange ervaring als vrijwilliger bij de Wereldwinkels is mijn liefde voor fair trade een logisch gevolg. Er wordt met zorg gekozen voor merken die écht mooie, originele producten maken en dicht bij huis gemaakt worden."

Kunstzinnig

Vollers 386 zit in een gebied met veel kunstzinnige mensen in het Museumkwartier. De winkel loopt in een L-vorm en is in totaal 140 vierkante meter groot. Voorin bevindt zich de winkelruimte, die is ongeveer 95 vierkante meter groot en achterin is de expositieruimte. De lichte ruimte achter in de winkel is heel verrassend. Deze ruimte wordt gebruikt door lokale kunstenaars om te exposeren. "Die ruimte achterin voegt echt iets toe aan het winkelen."

Verbonden

Janet en haar team voelt zich heel verbonden met Utrecht en komt ook uit Utrecht. "Dat we in een korte tijd zo geïntegreerd zijn in de buurt en zijn bewoners vind ik heel mooi om te zien en mee te mogen maken."

Trots

En niet alleen daarop is ze trots. "We verkopen producten uit Nepal die we zelf op laten sturen. De opbrengst gaat naar Elvira's Children Home in Kathmandu in Nepal. Mijn Nepalese vriendin Rachana runt dit kindertehuis samen met een Nepalees team. Van de opbrengst kunnen ze weer een tijd vooruit. Ik ben dus eigenlijk heel trots op mijn vriendin Rachana, en op onze klanten die dit initiatief zo steunen."

Lokale producten

Het lijkt me leuk om in de toekomst nog meer lokale producten uit Utrecht aan te kunnen bieden die ook duurzaam geproduceerd zijn door jonge ontwerpers. We zijn op dit moment daar al volop mee bezig en binnenkort verwachten we de eerste producten waarvan we de bestelling gewoon op de fiets zelf op kunnen halen!

Wie, wat, waar & wanneer?

Vollers 386

Oudegracht 386
3511 PR Utrecht
06 - 57049420
info@vollers386.nl
www.vollers386.nl

Openingstijden

Ma	13:00 – 18:00
Di	10:00 – 18:00
Wo	10:00 – 18:00
Do	10:00 – 18:00
Vr	10:00 – 18:00
Za	10:00 – 18:00
Zo	12:00 – 17:00

Tekst: Thijs-Jan Lanning, foto: Talita Kallou

Streekbierfestival Utrecht herfsteditie



Op 31 oktober, 1-2 en 3 november vindt de 11^e editie van het Streekbierfestival plaats. Vier dagen lang genieten van meer dan zestig Nederlands gebrouwen bieren, geschonken in dertig unieke cafés in het centrum van Utrecht.

Centrumbreed

Het Streekbierfestival is een festival waarbij meerdere cafés in de binnenstad van Utrecht verschillende brouwerijen uit Nederland de mogelijkheid bieden om hun bieren te presenteren aan het publiek. Een café vertegenwoordigt één brouwerij en twee van zijn bieren. Het festival vindt 2x per jaar plaats in het 1e weekend van april en in het 1^e weekend van november.

Nederlandse Brouwerijen

Tijdens deze herfsteditie staan de mooiste Nederlandse brouwerijen op het biermenu met twee van hun best ge-

brouwen bieren. In ieder café kunnen twee verschillende bieren geproefd worden van de deelnemende brouwerijen. In elk café staat één Nederlandse brouwerij centraal. Met een plattegrond kunnen bezoekers zelf een wandelroute uitstippelen en een eigen biermenu samenstellen. Op deze manier loop je een route langs de deelnemende horecazen om de bieren te proeven.

Kleinere Evenementen

De cafés organiseren samen met de brouwerij ook verschillende kleinere evenementen tijdens het festival, hou daarvoor de Facebookpagina in de gaten. Een week voor het festival wordt het biermenu op Facebook en op de website www.streekbierfestival.nl bekend gemaakt.

Inzameling swill, frituurvet en olie

De gemeente Utrecht is begin dit jaar gestart met de inzameling van swill (organisch afval), frituurolie en vet bij de horecabedrijven, gevestigd aan de gracht. Verschillende horecabedrijven maken inmiddels gebruik van deze duurzame manier van afvalverwerking.

Duurzame verwerking

Het ingezamelde swill, frituurolie en vet wordt duurzaam verwerkt. Dit gebeurt door ReFood. Meer informatie over ReFood vindt u op refood.nl. Als u bijvoorbeeld het swill apart aanbiedt, produceert u minder restafval. De container voor swill wordt wekelijks gewisseld en tevens gereinigd. Daardoor is deze geurloos.

Tarieven inzameling aan de werf

- Swill: prijs per lediging per kliko van 120 liter (€ 17,50);
- Frituurolie en vet (via een 90 liter kliko) – opbrengst afhankelijk van dagprijs.

Ook voor klanten die niet aan de gracht aan de werf zijn gevestigd, heeft de gemeente een oplossing! We spreken graag met u over de mogelijkheden.

Tarieven inzameling in de binnenstad

(m.u.v. bedrijven die aan de werf zijn gevestigd):

- Swill: prijs per lediging per kliko van 120 liter (€ 12,50);
- Swill: prijs per lediging per container van 240 liter (€ 17,50);
- Frituurolie en vet (via een 90 liter kliko) – opbrengst afhankelijk van dagprijs.

Meer informatie

Voor informatie over de inzameling van bedrijfsafval kunt u e-mail sturen naar: bedrijfsafval@utrecht.nl of bellen met de afdeling bedrijfsafval via telefoonnummer: 030-286673.

Laatste woord...

Een prachtige klus, al zeg ik het zelf!

Op donderdag 18 juli besloot de Utrechtse gemeenteraad om het Ondernemersfonds een structurele plek te geven in Utrecht. Het optimisme en vertrouwen dat hieruit blijkt zijn een enorme kroon op het werk dat het Ondernemersfonds en de honderden enthousiaste ondernemers hebben verzet om deze stad mooier, leuker en beter te maken.

Met het besluit van de gemeenteraad is ook een belangrijk persoonlijke doel behaald dat ik heb gesteld bij mijn aantreden als fondsmanager. Er doet zich dan ook een natuurlijk moment voor om na te denken over mijn eigen toekomst. Min of meer parallel hieraan komt er een kans langs waar ik eigenlijk geen 'nee' tegen kan zeggen. Ik heb daarom besloten om die nieuwe uitdaging aan te gaan en ga het Ondernemersfonds verlaten.

Potentieel

Ik heb me de afgelopen jaren met onvoorstelbaar veel plezier ingezet voor het Ondernemersfonds. Voormalig wethouder Paulus Jansen riep op de conferentie Geldstromen door de Wijk in 2018 al dat Utrecht met het Ondernemersfonds goud in handen heeft. Ik zou dat eigenlijk een understatement willen noemen. Er zit een enorm potentieel in het fonds, een potentieel dat zelfs nu nog maar gedeeltelijk benut wordt. De collectieven en netwerken rond OfU zijn zich continu aan het ontwikkelen. Meer en meer verschillende sectoren weten het fonds te vinden en worden daarbij gedwongen om samen te werken met andere bloedgroepen en tegelijkertijd kennis uit te wisselen en van elkaar te leren. Daarin schuilt voor mij de echte meerwaarde van het fonds. Misschien nog wel meer dan in de financiering van de projecten biedt het fonds een krachtig bindweefsel voor de stad. Daaruit ontstaan niet alleen OfU-projecten, maar ook andere samenwerkingen.

Vertrouwen en rust

Om ruimte te bieden voor deze processen is het nodig geweest om eerst vertrouwen en rust te creëren rond het fonds. Daar hebben wij met OfU de laatste jaren hard aan gewerkt door het bouwen van een stabiele organisatie en efficiënte processen. Het OfU dat ik achterlaat is in bijna alle opzichten een stuk verder dan toen ik het aantrof. Daar kan ik natuurlijk niet in mijn eentje de credits voor gaan opeisen. Zoals altijd bij het Ondernemersfonds gaat het ook binnen de eigen organisatie over samenwerking, over verschillende inzichten en perspectieven combineren tot één visie. Met heel veel plezier ben ik daarvoor opgetrokken met bestuursleden, RvA-leden en last but not least mijn collega's: Corrie, Daniëlle en Janneke.

Nieuwe fase

Met het besluit van de gemeenteraad komt het Ondernemersfonds in een nieuwe levensfase terecht. Tijd om de kansen die er nog liggen verder te gaan verzilveren. Méér samenwerking binnen én tussen de trekkingsgebieden. Aan mijn opvolger de schone taak om de stad in te trekken en de collectieven sterker te helpen maken en met elkaar te verbinden, van elkaar te laten leren. Een prachtige klus, al zeg ik het zelf! Ik zou er bijna jaloers van worden...

Ware het niet dat ik een ongelooflijk mooie en spannende uitdaging aan mag gaan op een nieuwe plek, maar ook gewoon weer in Utrecht. En het leukste is: ik mag blijven bouwen aan een mooiere stad. Wat ik precies ga doen houd ik nog heel even voor mezelf. Wel staat vast dat wij elkaar tegen gaan blijven komen als ondernemende mensen in deze fantastische stad. Tot snel!

Alan Grommers



Praktische informatie Singelloop Utrecht 2019

Op zondag 6 oktober 2019 vindt de 69^e editie van de Singelloop Utrecht plaats. Singelloop Utrecht is de oudste stratenloop van Nederland met 11.000 deelnemers aan de start van deze editie.



De Singelloop Utrecht kent vier afstanden; Partou Kids Runs 1 km & 2,5 km, 5 km en de 10 km Singelloop Utrecht. De verschillende lopen starten respectievelijk om 11:15 uur, 11:45 uur, 13:00 uur en 14:00 uur in het Wilhelminapark en op de Maliebaan.

Verkeersvrij parcours

De deelnemers lopen op een verkeersvrij en dus veilig parcours. Dat betekent dat er wegen en fietspaden worden afgesloten in en rondom het centrum tussen 10:00 uur en 18:00 uur. Via gele omleidingsborden worden de alternatieve routes aangegeven. Kijk voor een volledig overzicht van de afsluitingen met bijbehorende tijden op www.singelloop-utrecht.nl/bereikbaarheid

Parcours oversteken

Op het parcours zullen, indien mogelijk bij de bezetting van de deelnemers, oversteken worden gecreëerd. Het verkeer,

inclusief het fietsverkeer, wordt om het loopparcours heen geleid. Bewoners uit de wijk "Oude AZU" kunnen hun wijk verlaten via de Henriëtte Roland Holststraat, de Bleekstraat. Bewoners kunnen de wijk alleen inkomen via de noordelijke kant (volg de omleiding via de Daalsesingel).

Tot tien minuten voor doorkomst van de deelnemers aan de Singelloop Utrecht bestaat de mogelijkheid om de looproute nog over te steken. Het parcours zelf op rijden is niet meer mogelijk. Als er 'gaten' tussen de deelnemers vallen, is er op onderstaande kruisingen, begeleid oversteken mogelijk. Let wel, de deelnemers hebben te allen tijde voorrang. Bij deze oversteekmogelijkheden geldt een strikt 30 km snelheidslimiet! Volg hier de instructies op van onze verkeersregelaars!

1. De oostelijk binnenstad, via het Lepelenburg.
2. De wijk rond de Oudwijkderdwarsstraat, via de oversteek over de Burgemeester Reigerstraat.
3. De westelijke binnenstad via Bartholomeibrug.

Inlichtingen

Website:

<https://www.singellooputrecht.nl/info/bereikbaarheid>

Mail: info@singellooputrecht.nl Telefoon: 06-39003352

(op zaterdag 5 oktober tussen 10:00-16:00 uur en zondag 6 oktober vanaf 11:00 uur tot 16:00 uur)

Nederlands Film Festival 2019 (27 september - 5 oktober)

Nederlands Film Festival en CMU organiseren openbare filmvertoningen in Janskerk

Het Nederlands Film Festival (NFF) is een locatie en evenement rijker. Tijdens de 39^e editie van het festival wordt de Janskerk in Utrecht voor drie avonden omgetoverd tot bijzondere filmbioscoop: NFF Open Huis.

Gratis

Van maandag 30 september tot en met woensdag 2 oktober worden De Libi, de documentaire Ring of Dreams en De dirigent gratis vertoond: iedereen is welkom om met een gratis ticket op een unieke manier de festivalsfeer te ervaren. NFF Open Huis is een openbaar programmaonderdeel dat in samenwerking met CMU wordt georganiseerd met ondersteuning van het Elise Mathilde Fonds.

Tickets

Utrechtse ondernemers in de binnenstad delen onder bezoekers van hun winkels kaarten uit met een unieke reserveeringscode. Door middel van het online verzilveren van deze code, worden tickets bemachtigd voor NFF Open Huis. Daarnaast zijn er enkele tickets voor NFF Open Huis beschikbaar via www.filmfestival.nl, hier is ook meer informatie te lezen. Het Nederlands Film Festival 2019 vindt plaats van vrijdag 27 september tot en met zaterdag 5 oktober.

Meer beeldmateriaal is hier te vinden:

<https://www.filmfestival.nl/over-nff/pers-en-publicaties/persmateriaal/>

Kom gratis naar de film Mijn bijzondere rare week met Tess!

Op zaterdag 5 oktober organiseren de ondernemers uit het Domkwartier in samenwerking met Voedselbank Utrecht op het Nederlands Film Festival een feestelijke filmvoorstelling voor gezinnen die bij de voedselbank geregistreerd staan in Kinopolis Jaarbeurs. Na afloop van de film, zijn de acteurs aanwezig om vragen te beantwoorden. Tijd: 14.00 uur, zaal 13.



Sint Maartenparade 2019

'Het doorbreken van muren tussen culturen'

Op zaterdagavond 9 november 2019 vertrekt de negende Sint Maarten Parade vanaf het Domplein. Dit jaar inspireerde de Val van de Berlijnse Muur op 9 november 1989 tot het thema 'Het doorbreken van muren tussen culturen'. Hiermee wil het comité inclusiviteit stimuleren door te benadrukken dat Martinus de overkoepelende icoon van de stad Utrecht (dus van ALLE Utrechters) is en dat de waarde van 'sharing' niet cultuurgebonden is.

De Sint Maarten Parade is een schitterend feest van licht waarbij iedereen welkom is. Een optocht door de binnenstad van Utrecht met lichtsculpturen, orkesten, koren en theatrale acts. In 2019 vindt de Parade plaats op zaterdag 9 november. Aanvang 17.30 uur op het Domplein.

De Sint Maarten Parade is een initiatief van Sharing Arts Society in samenwerking met vele partners. Doelstelling is het verbinden van mensen en het delen van ervaringen door



middel van kunst, gekoppeld aan immaterieel erfgoed. Ieder jaar wordt als thematische insteek voor de Parade een van de '17 Global Goals' van de Verenigde Naties gekozen.

In 2019 staat Global Goal 10 centraal: het verminderen van ongelijkheid tussen culturen. Cultuur biedt daarin een eindeloos rijk arsenaal aan invalshoeken: sport, religie, kleding, kunst, eten.

Het programma van de hele viering: sintmaartenutrecht.nl/sint-maartensviering/programma

17 november: Sinterklaasintocht Utrecht



Op zondag 17 november 2019 komt Sinterklaas weer aan in Utrecht. Alle inwoners van Utrecht zijn van harte welkom bij dit grote feest dat vorig jaar door ruim 35.000 enthousiaste bezoekers meegemaakt werd. Hiermee is de intocht van Sinterklaas een van de grootste evenementen in Utrecht.

Sinterklaas vaart binnen via het Ledig Erf, over de Oudegracht, legt aan bij de Weerdsluis en rijdt daarna op Amerigo door de stad. De stoet gaat via de binnenstad naar het Domplein. Het thema dit jaar is muziek. De intocht van Sinterklaas wordt ook dit jaar weer mede mogelijk gemaakt door CMU.

CMU komt naar je toe!

Iedere laatste donderdag van de maand...

Het maandelijks inloopspreekuur verdwijnt. Niet langer kunt u ons bezoeken ergens in een centrumkwartier. Nee, met ingang van september komen wij gewoon naar u toe!

Nog steeds elke laatste donderdag van de maand zijn onze contactpersonen aanwezig in het centrum en nog steeds tussen 9:00 – 11:00 uur om al je vragen te beantwoorden of ideeën op te doen.

Heb je vragen, loop je ergens tegenaan, heb je goede en/of nieuwe ideeën, schroom dan niet en neem even contact op met de contactpersoon van jouw kwartier! We kijken



Welkom in Utrecht...



Beton-lab
Catharijnesingel 57



Hotel Beyers
Achter Sint Pieter 10



Salut
Lijnmarkt 29



Kunsttuileen
St Jacobsstraat 251



Lefebvre's Liquorbar
Neude 01



Livera
Bakkerstraat 04



Ekademe
Lijnmarkt 39



Fysiek Health Club
St Jacobsstraat 321



Brandy Melville
Oudegracht 141



TUI Experience Store
Hollandse toren 93 - 95



Subdued
Oudegracht 165



Kruidvat
Vredenburg 09



Rum Club
Oudegracht aan de Werf



Samsung Experience Store
Hoog Catharijnepassage 05



Rob Peetoom
Oudkerkhof 31

Gratis op centrumutrecht.nl

Ga naar centrumutrecht.nl om uw winkelgegevens te controleren. U kunt uw winkel aanmelden voor een gratis vermelding via <https://cmutrecht.nl/contact/winkelgids-vermelding/>



Opent u binnenkort een nieuwe winkel in de binnenstad van Utrecht, of weet u een nieuwe winkel in het centrum die wij over het hoofd (dreigen te) zien? Geef het ons dat door en stuur een e-mail naar info@cmutrecht.nl

Kwartieren centrum Utrecht

Vredenburgkwartier

Contactpersoon: Corina van den Akker
corina@cmutrecht.nl - 06-20176219

Stadhuiskwartier

Contactpersoon: Femke van Vlokhoven
femke@cmutrecht.nl - 06-22934746

Universiteitskwartier

Contactpersoon: Corina van den Akker
corina@cmutrecht.nl 06-12304954

Domkwartier

Contactpersoon: Janneke Heinen
janneke@cmutrecht.nl - 06-16356365

Museumkwartier

Contactpersoon: Janneke Heinen
janneke@cmutrecht.nl - 06-16356365



Wie wij zijn en hoe u ons bereikt

Wie zijn de bestuursleden en ondersteunende medewerkers van CMU? Wie is wie en wie doet wat.
En hoe u ze kunt bereiken leest u hier.

Jeroen Roose-van Leijden
Centrummanager
Ondersteuning ondernemers
Tel: 06-39719777
centrummanager@cmutrecht.nl

Arjan Kleuver
Voorzitter (onafhankelijk)
Toekomst & Onderzoek,
Ondersteuning ondernemers
Tel: 06-42679066
voorzitter@cmutrecht.nl

Tom Broekman
Secretaris/Penningmeester
Openbare ruimte
Tel: 06-20738393
tombroekman@
broekmanderodewinkel.nl

Maryse Francois
Marketing
Tel: 06-54304489
maryse@dewinkelvansinkel.nl

Joyce Verdijk
Marketing
Tel: 06-11687466
joyce.verdijk@debijenkorf.nl

Hilko Hartog
Toekomst & Onderzoek
Tel: 06-22496147
hilko.hartog@vastned.com

Jan Hagenouw
Bereikbaarheid
Tel: 06-54312512
jan@hagenouw.net

Marco Grob
Bereikbaarheid
Tel: 06-29621952
mgrob@centraalmuseum.nl

Marjolein Veenhof
Openbare ruimte
Tel: 06-52824200
marjoleinveenhof@gmail.com

Sebastiaan van Pommeren
Bestuurslid
Tel: 030-2316769
sebastiaan@vanpommeren.nl

Hans Berkhuijsen
Bestuurslid
Tel: 06-5396823
utrecht@oilvinegar.nl

Jeroen Puik
Adviseur
Bereikbaarheid
Tel: 06-52015319
jeroen.puik@klepierre.com

Emiel Fonville
Adviseur
Gemeente Utrecht,
Economische Zaken
Tel: 06-50748724
e.fonville@utrecht.nl

Thijs-Jan Lanning
Communicatie
Tel: 06-16616285
tj@lawinecommunicatie.nl

Wat is er te doen dit najaar?

26/09	CMU komt naar je toe	27/10	Alles Kids
26/09	NFF (27/09 - 5/10)	30/10	SPRING in Autumn
28/09	Kindernacht van de Poëzie	31/10	CMU komt naar je toe
28/09	Nacht van de Poëzie	31/10	Streekbierfestival najaars- editie
03/10	Afro vibes Festival	03/11	Sint Maarten Week
05/10	First Look Festival 2019	07/11	Le Guess Who
05/10	Weekend van de Weten- schap	09/11	Geestdrift Festival
06/10	Singelloop	09/11	Sint Maarten Parade
10/10	Popronde	09/11	Kaboom Festival 2019
12/10	Home Made Market	15/11	Smartlappenfestival
13/10	Swan Market	17/11	Intocht Sinterklaas
18/10	Chuggington Doe-dagen	22/11	Nedal Utrecht Night Run
19/10	Ramblin' Roots Festival	28/11	CMU komt naar je toe
20/10	Home Made Market		

OVERLAST IN UW WINKELGEBIED?

Melden doet u zo:

1. E-mail:
bewonersmeldingen@utrecht.nl
2. Internet:
www.utrecht.nl/meldingen
3. Telefoon: 14-030
4. Via smartphone
(qr-code)
5. De app Utrecht
Slim Melden



