

UTRECHT

JAARGANG 34 | NUMMER 2 | MEI 2018

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT



Mereveld Utrecht: in het groen, nabij het stadshart
SFEER DIE INSPIREERT

**ZAKENAUTO'S VOOR HET
VOETLICHT**

*Circulariteit speerpunt
voor Houten*

DE DAGEN VAN UW ISDN TELEFOONCENTRALE ZIJN GETELD



**ISDN
STOPT!**
per september
2019.
WAT NU?

STAP NU VOORDEELIG OVER OP BELLEN IN DE CLOUD!

De overstap van ISDN naar Cloud bellen zal in veel gevallen een aanzienlijke kostenbesparing opleveren. Weten wat een overstap uw onderneming kan opleveren? Laat u adviseren door een Trends-accountmanager en wees klaar voor het bellen van de toekomst!

Vind meer informatie op: trends.nl/isdn-stopt-wat-nu/
VOOR VRAGEN? bel 030-2 520 777 Wij helpen u graag.


TRENDS
TRENDS ICT GROEP

VOORWOORD



NOBEL STREVEN

Eén van de hot items van het moment is de zogenaamde 'circulaire economie'. Eenvoudig gezegd een economisch systeem waarin de herbruikbaarheid van de producten en grondstoffen gemaximaliseerd wordt en waardevernietiging zoveel mogelijk wordt uitgebannen. Dat is dus anders dan in het huidige lineaire systeem het geval is, waarin grondstoffen worden omgezet in producten die aan het einde van hun levensduur worden vernietigd. Een nobel streven en voor het bedrijfsleven ontstaan nog volop nieuw kansen ook. Reden genoeg om in deze editie van Utrecht Business aandacht te besteden aan circulariteit, zo vonden wij. Zo woonden we de werkconferentie circulaire bouw & demontage

bij en spraken we uitgebreid met wethouder Michiel van Liere van de gemeente Houten. Die gemeente heeft onlangs namelijk een langetermijnvisie geformuleerd die ervoor moet zorgen dat de gemeente in 2040 stil, schoon en klimaatneutraal is. Belangrijk element daarbij: circulariteit! Hoewel al steeds meer voorbeelden ten tonele verschijnen, bevindt circulariteit zich nog steeds in de pioniersfase. Houten toont de ambitie om als proeftuin te gaan fungeren en Van Liere ziet nu al dat bedrijven in toenemende mate oog hebben voor het perspectief van een circulaire benadering. Steeds vaker zien zij kansen, waar ze eerst vooral bedreigingen zagen en dat zou dus ook zomaar voor u als ondernemer het geval kunnen zijn. Een interessante ontwikkeling die het stadium van 'hype' feitelijk al ontstegen is. Zie de kansen en pak ze, zo luidt de veelgehoorde aanbeveling al. Het vraagt natuurlijk wel wat van de ondernemers. Wil je de kansen namelijk gaan verzilveren, dan zijn samenwerking en transparantie cruciaal....over nobel streven gesproken!

Teun van Thiel
teun@utrechtbusiness.nl



Zakenmagazine voor ondernemers
en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 34
Mei 2018, editie 2

EEN UITGAVE VAN
MVM Business Productions
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-24A, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505
Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl
Tel. redactie Utrecht (030) 251 2818

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Teun van Thiel

REDACTIEMEDEWERKERS
Hans Hajée, Aart van der Haagen

VORMGEVING
Julian Kersten, Lisa Pashouwers

DRUK
Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media BV
Savas Atilla T: 06 - 55 167 254
commercie@utrechtbusiness.nl

Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN
Tel. (024) 373 85 05
abonnements@utrechtbusiness.nl

Abonnementen kunnen op elk gewenst
tijdstip ingaan. Zij worden na een jaar
automatisch verlengd, tenzij de abon-
nee uiterlijk twee maanden voor het
verstryken van de termijn schriftelijk
opzegt. Abonnementprijs per jaar:
€ 55,- (incl. btw)

COPYRIGHTS:
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift
verschenen artikelen wordt door de uit-
gever voorbehouden.

www.utrechtbusiness.nl

- 6 Mereveld Utrecht: sfeer die inspireert
- 10 Waarde toevoegen volgens Bibliotheek Utrecht
- 11 De Technologieraad Regio Utrecht gaat van start
- 13 Column: doorwerken met AOW'ers
- 14 Utrecht: congresstad met groene, gezonde en slimme innovaties
- 18 Circulariteit in Houten: vliegwiel krijgt steeds meer vaart
- 20 Circulaire bouw en demontage: leren en waarde creëren
- 22 De economische waarde van maatschappelijke impact
- 26 Carel van Bemmelen: koopman en koning van Katakle
- 30 Green Village: "Wij zijn géén locatie"
- 33 Gouden tijden voor Mazda
- 40 Woudschoten: nog breder aanbod aan functieruimtes
- 42 Villa Joep wil kans op genezing vergroten

Zakenautotestdag

- 45 Zakenauto's voor het voetlicht
- 47 Andere insteek bij Autobedrijf Knoop: omgekeerd denken
- 48 Testverslagen Mazda CX-3 en Mazda CX-5
- 49 Opel en Henri & Herman: sterkere zakelijke profilering
- 51 Testverslagen Opel Grandland X en Opel Insignia
- 52 Muntstad ziet toenemende aanwas elektrisch rijden
- 53 Testverslagen Volkswagen E-Golf en Volkswagen Arteon
- 54 Testverslag ŠKODA Superb
- 55 Testverslagen Audi A7 en SEAT Ateca
- 57 Vireo Auto Amersfoort: bijzonder vogel binnen Stern
- 59 Testverslagen Fiat Tipo en Alfa Romeo Giulia
- 61 Testverslag Subaru Outback
- 63 Testverslag Tesla Model S
- 65 Testverslagen Citroën C4 Cactus en Citroën DS 7
- 66 DS Store Utrecht: haute couture in De Meern



"Je moet jezelf blijven verbeteren"

6



Utrecht staat voor een grote bouwopgave

20

26

Zelfredzaamheid speelt een grote rol



30

"Wij zijn géén locatie"



40

Telkens zijn er weer nieuwe trends



42

Villa Joep wil kans op genezing vergroten



45

Gevarieerde en verrassende automix



6

MEREVELD UTRECHT, IN HET GROEN, NABIJ HET STADSHART SFEER DIE INSPIREERT

Ga er maar aan staan: een succesvol evenement organiseren voor je bedrijf, intern of extern. Midden-Nederland telt vele tientallen locaties, maar wanneer je een passende sfeer, een veelheid aan faciliteiten en een flexibele partner zoekt, wordt de spoeling aanzienlijk dunner. Laat vooral de foto's van Mereveld in Utrecht voor zich spreken.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN
FOTOGRAFIE: MEREVELD

Om zichzelf een spiegel voor te houden lieten Co en Hans Stelling, eigenaren van de fraaie locatie aan de zuidoostelijke kant van de stad, door een onafhankelijke professional uitzoeken aan welke eisen een succesvol bedrijfsevenement zou moeten voldoen. Dat begint met sfeer: de juiste omgeving inspireert deelnemers en laat mensen boven zichzelf uitstijgen, wat voor goede ideeën

en voor onderlinge verbinding cq harmonie zorgt. Het tweede aspect betreft het vinden van een centrale locatie in het land, gemakkelijk bereikbaar met het openbaar vervoer en de auto. Dat laatste vereist een ruime, bij voorkeur gratis parkeergelegenheid. Goede catering vormt het derde element. Misschien klinkt het als bijzaak, maar dat is het niet, want deelnemers hechten er veel waarde

aan en onthouden het. Dingen als lekkere koffie uit een kopje, verrassende hapjes en een smakelijke, met zorg bereide lunch geven een niet te onderschatten meerwaarde aan een evenement. Als laatste aspect wordt een nauwe samenwerking met een flexibele locatie genoemd, waar de contactpersoon en zijn collega's proactief meedenken en initiatief durven nemen.



PRIKKEL

De broers Stelling kunnen tot hun tevredenheid constateren dat hun locatie met overtuiging aan bovenstaande voorwaarden voldoet, al vereist dat continue aandacht, gezien de concurrentie. "In Utrecht en omgeving vind je natuurlijk veel historische accommodaties, waarvan een toenemend aantal zich in dit speelveld begeeft," weet Co Stelling. "Voor ons betekent dat een prikkel om ervoor te zorgen dat we in alle opzichten up-to-date blijven: qua sfeer, faciliteiten, catering en flexibiliteit richting opdrachtgevers. Dat is voor de locatie best ingrijpend, als je kijkt naar investeringen. Ons monumentale pand, van oorsprong een boerderij uit 1890, hebben we in 2000, 2011, 2014 en 2017

verbouwd. Vorig jaar zelfs heel grondig, omdat we de zolder erbij wilden betrekken, hetgeen constructieve aanpassingen vergde. We beschikken nu over zeven stijlvolle zalen, met supersnel 500 Mbps-internet en ruimte om 40 tot 700 bezoekers te ontvangen, maar we kunnen ook een kleiner gezelschap een luxueuze boardroom aanbieden."

SPECIAAL LATEN ONTWERPEN

De ondernemers achter Mereveld lieten niets aan het toeval over en schakelden een landelijk gerenommeerde binnenhuisarchitect in, om met respect voor de historie van het pand een eigentijdse en hoogwaardige sfeer te creëren, met hippe elementen en rijke materialen. Hans Stelling: "In de ene ruimte

zie je vooral hout, om de constructie te benadrukken, in de andere ruimte tref je een combinatie van harde materialen aan: metaal, hout en steen. Het stucwerk is volgens een specifiek recept 'bereid' en op de voormalige zolder op unieke wijze gecombineerd met metaal en glas, het behang op basis van kurk komt uit Parijs en het hout in één van de bars stamt uit de vloer van Franse treinwagens, met een fraaie afwerking van het doorleefde uiterlijk. Zelfs de armaturen van de lampen hebben we speciaal laten ontwerpen, zoals de led-kroonluchters in de nok en de metalen uitvoering van een wagenwiel in de voormalige schuur."



SAFARI IN AFRIKA?

Tanzania
Kenia
Madagaskar
Oeganda
Rwanda
Zimbabwe
Namibië
Botswana
Zambia
Mozambique
Seychellen
Mauritius
Zuid-Afrika



Al sinds 1979 dé Afrika specialist

Ruim 100 uitgekende reizen vindt u op jambo.nl en in onze brochure of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat. **De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!**





WIJNGAARD

Met het bovenstaande beantwoordt Mereveld in ieder geval ruimschoots aan het element 'sfeer'. De centrale ligging vormt van oudsher al een sterk punt, direct bij uitvalswegen rondom Utrecht en op tien minuten loopafstand van treinstation Lunetten. "Gasten kunnen zelfs van een rechtstreekse pendeldienst gebruik maken," geeft Co Stelling aan. "Met de fiets sta je in een goed kwartier midden in de bruisende binnenstad." Van de Randstedelijke omgeving merk je verder weinig, temidden van het groen waarin Mereveld zich bevindt, met Golfbaan Amelisweerd als buurman. De tuin telt meerdere terrassen en aan de overkant ligt sinds vorig jaar een wijngaard, die binnen afzienbare tijd zijn eerste volwaardige oogst zal genereren, als basis voor enkele unieke huiswijnen. Daarmee belanden we als vanzelf bij het onderwerp 'catering'. "Hier onderscheiden wij ons als accommodatie met een eigen keuken en koks, zonder dat we externe partijen hoeven in te schakelen. Het biedt ons de mogelijkheid om onze eigen gerechten te bedenken, toegespitst op het gezelschap, met volop ruimte voor vernieuwing en voor de medewerkers leuke uitdagingen om er hun eigen creativiteit in te leggen."

GREEN KEY GOUD-CERTIFICAAT

De basis leggen voor een geslaagd evenement gaat voor Mereveld veel verder dan alleen het faciliteren van de locatie en de catering. "Met alle plezier verzorgen we in samenwerking met partners binnen de regio complete arrangementen, met activiteiten

als fiets- of kanotochten, een golfclinic bij Amelisweerd of verrassende workshops," vertelt Hans Stelling. "Bij elke offerteaanvraag nemen we uitgebreid de tijd om de klant alle aandacht te geven en het evenement volledig op de wensen af te stemmen, waarbij we ons voor het bespreken van de details graag schikken naar zijn agenda." Naast het feit dat Mereveld in Utrecht volledig voldoet aan het geschetste lijstje met eisen voor een bedrijfsevenement is het vermeldenswaardig dat de locatie in de afgelopen jaren driemaal

achtereen een Green Key goud-certificaat heeft weten te behalen, dat een waarborg biedt voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. "Dat vormt een continuproces, waarbij je jezelf moet blijven verbeteren. Zo onderzoeken we momenteel in samenwerking met de gemeente Utrecht hoe we zelf onze energie zouden kunnen opwekken, naast de reeds gedane investeringen in een veilige stroomvoorziening, een energiezuinig beleid met warmteterugwinning en waterbesparende maatregelen. De keuken springt verantwoord met voedsel om en we proberen de verspilling tot een minimum te beperken, onder andere via specifiek servies. Ingrediënten betrekken we het liefst van leveranciers uit de regio en waar mogelijk kiezen we voor biologisch. Verder steunen we een aantal goede doelen." Daarmee mag je gerust spreken van een vijfde speerpunt richting opdrachtgevers, want MVO valt uit het bedrijfsleven niet meer weg te denken. Het maakt deze toplocatie compleet.

Meer informatie: www.mereveld.nl



WAARDE TOEVOEGEN VOLGENS DE BIBLIOTHEEK UTRECHT

Als alles volgens plan verloopt, verhuist de Centrale Bibliotheek Utrecht najaar 2019 van de Oudegracht naar het voormalige postkantoor op de Neude. Dit monumentale pand kent een rijke geschiedenis en krijgt met de Bibliotheek Utrecht als nieuwe gebruiker een waardevolle herbestemming. Directeur Ton van Vlimmeren is ervan overtuigd dat de Bibliotheek Neude een fantastische plek wordt, midden in de stad Utrecht!

Er wordt achter de bouwhelken hard gewerkt aan de realisatie van de Bibliotheek Neude in het voormalige postkantoor aan de Neude. Nadat het pand eind 2016 'op slot' ging hebben slopers het hele gebouw 'gestript' - een complexe klus bij een historisch monument - en het transformatorhuisje aan de Oudegracht-zijde gesloopt. De verbouwing is daarmee in volle gang. Stadsarcheologen zochten én vonden sporen uit het verleden.

Het meest markant is de monumentale hal van het oude postkantoor en die blijft ook in de toekomst open. Deze ruimte vormt het centrale oriëntatiepunt in het gebouw en een plek van ontmoeting en events. Het biedt een podium voor partijen in de stad: bewoners, samenwerkingspartners en

bedrijven. Er komt veel verblijfs- en leesruimte met kranten en tijdschriften en een bibliotheekcafé.

De vernieuwde bibliotheek, waar ontwikkeling, kennis, cultuur en ontmoeting centraal staan, gaat onder meer beschikken over een filmzaal, een theater en een nieuwe media laboratorium. De Bibliotheek gaat samenwerken met partners en bedrijven om programma's en activiteiten te ontwikkelen passend bij de vraag van de stad. Naast de bibliotheek komen er ook andere gebruikers in het pand, zoals winkels, een foodcourt en een fietsenstalling.

"De behoefte aan een onafhankelijke, publieke plek voor informatie, kennisontwikkeling en kennisdeling is groot in

Utrecht", aldus Ton van Vlimmeren. "Inclusie is één van onze kernwaarden: er zijn voor alle inwoners van de stad, zodat ze kunnen begrijpen in wat voor wereld ze leven, zich daarin kunnen handhaven en kunnen bijdragen. Met de Bibliotheek Neude creëren we een basis die ieder mens in de gelegenheid stelt om de wereld beter te leren kennen en zich maatschappelijk verder te ontwikkelen."

De Bibliotheek heeft nog twaalf vestigingen in bijna alle wijken van Utrecht. Daar ligt het accent op leesbevordering bij de allerjongsten, samenwerking met scholen, het bestrijden van laaggeletterdheid en het leren van digitale vaardigheden. Ook krijgen deze bibliotheken een steeds belangrijker rol als informatiepunt en wegwijzer in de wijk. De bibliotheek vernieuwt deze vestigingen waardoor bijvoorbeeld cursusgroepen er een betere plek vinden. Door de toepassing van keycards kunnen de samenwerkingspartners ook terecht als de bibliotheek gesloten is.

Als partner van De Slinger Utrecht en als directeur van bibliotheek kent Van Vlimmeren het belang van samenwerking. "Net als veel andere partijen in de stad leveren wij een actieve bijdrage aan de maatschappelijke participatie van alle burgers. Daar vaart de stad wel bij - geen Smart City zonder Smart Citizens. Daarom werken wij met onze partners aan het concreet toevoegen van waarden in de Utrechtse samenleving en aan projecten die de stad een stukje socialer, duurzamer of innovatiever maken."



DE TECHNOLOGIERAAD REGIO UTRECHT GAAT VAN START!

In de provincie Utrecht nemen de zorgen over de tekorten op de arbeidsmarkt met name in de technische sectoren toe, zowel qua hoeveelheid mensen (kwantitatief) als ook qua benodigde competenties (kwalitatief). Verdergaande digitalisering, maar bijvoorbeeld ook energietransitie veranderen de aard van het werk en vragen steeds weer andere vaardigheden van mensen. Dit gat tussen wat er gevraagd wordt aan arbeidskrachten en wat er beschikbaar is, is niet iets dat bedrijven of onderwijsinstellingen alleen kunnen dichten; dit vraagt om samenwerking. Daarom zien we in Nederland in diverse regio's platforms ontstaan, die zich inzetten om in gezamenlijkheid te werken aan zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve mismatch op de technologische arbeidsmarkt.

Lerend van de successen van deze samenwerkingsverbanden is ook in de regio Utrecht het afgelopen jaar hard gewerkt door sociale partners (waaronder VNO-NCW provincie Utrecht en MKB-Midden), regionaal onderwijs en overheden om met steun van de provincie een Utrechts platform op te zetten. Dit leidt tot de oprichting van de Technologieraad Regio Utrecht op 28 mei 2018.

De Technologieraad Regio Utrecht stelt zich tot doel actief bij te dragen aan het zorgen voor het op middellange en lange termijn beschikbaar zijn van voldoende en adequaat gekwalificeerd technologisch arbeidspotentieel in de provincie Utrecht. De arbeidsmarkt- en onderwijsontwikkeling in de provincie Utrecht zijn daarbij leidend. De raad is daarmee een regionale invulling van het landelijke Techniepact, langs de lijnen 'kiezen, leren en werken in de techniek'. De raad bestaat uit 15 leden, een voorzitter en een coördinator. De leden komen voort uit onderwijs en overheden, werknemers- en werkgeversorganisaties - voor een deel vertegenwoordigd door ondernemers.

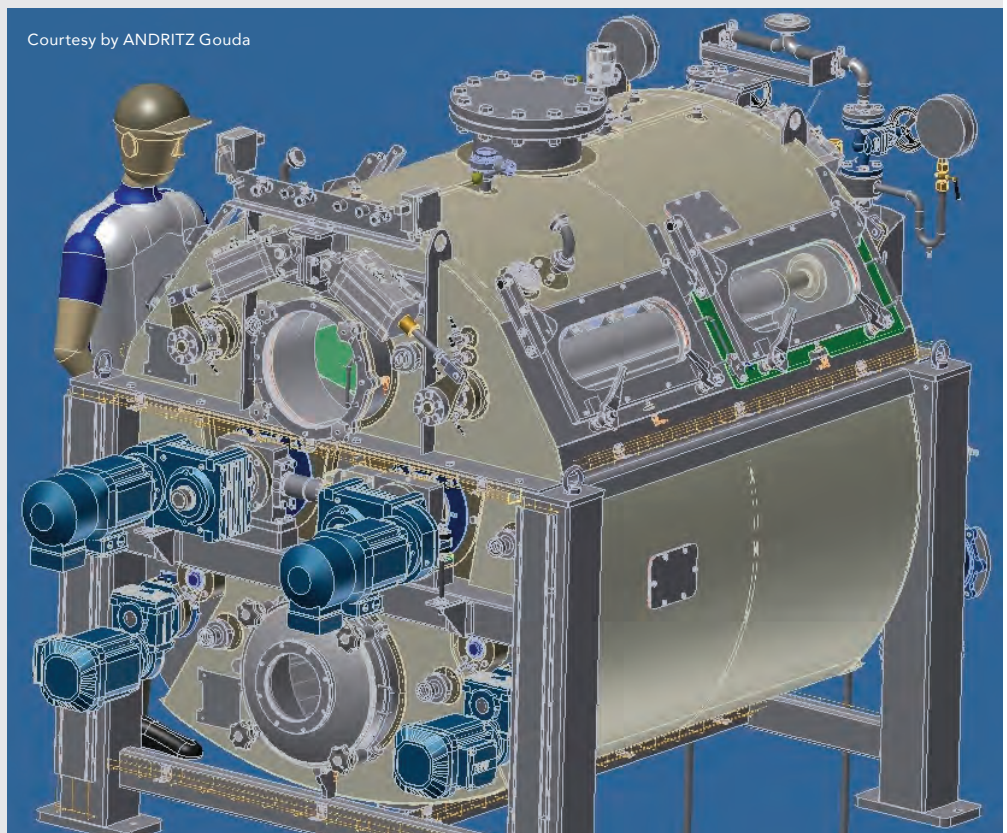
In de kern komt het er op neer op dat de Technologieraad gaat aanjagen, stimuleren, inspireren, verbinden en communiceren. Dit gebeurt onder andere door via een digitaal portaal inzicht te verschaffen in actuele arbeidsmarktinformatie alsmede bestaande initiatieven op het gebied van onder andere techniekpromotie en samenwerkingsverbanden tussen onderwijs en beroepenveld.

den te delen. Met dit inzicht kunnen we ook eventuele kansen voor nieuwe initiatieven identificeren en adresseren. Door een sterke verbinding met het Techniepact en de provinciale techniekplatforms in de provincies Flevoland en Noord Holland, kan in voorkomende gevallen ook een gezamenlijke lobby plaatsvinden richting bijvoorbeeld de landelijke overheid.

Een belangrijke schakel in het succes van de Technologieraad ligt in de samenwer-

king tussen ondernemers en onderwijs. Wilt u als ondernemer meer weten over de Technologieraad Regio Utrecht, heeft u ideeën of wilt u bestaande initiatieven delen, dan verzoeken wij u graag contact op te nemen met de regiovertegenwoordiger van uw branchevereniging of van VNO-NCW provincie Utrecht/MKB-Midden. Ook kunt u contact opnemen met Technologieraad Regio Utrecht via:

info@technologieraad.nl.





Duurzame gastvrijheid op de Utrechtse Heuvelrug

- 33 vergaderzalen
- Conferentiezaal tot 500 gasten met aangrenzend ontvangst en cateringruimte
- 110 hotelkamers
- Restaurant met 350 zitplaatsen, bar en terras
- 47 hectare bos met twee vergaderlodges
- Voldoende gratis parkeergelegenheid
- Slechts 5 minuten rijden van de snelweg A12
- Greenkey Goud
- Volledig klimaat neutraal gecertificeerd (ook de bijeenkomsten)



Landgoed Zonheuvel



Amersfoortseweg 98, 3941 EP Doorn • 0343 47 35 00 • info@landgoedzonheuvel.nl • www.landgoedzonheuvel.nl



RESPECT 4TALENT EN 2FORGIVE MEDIATION IS EEN UNIEKE COMBINATIE VAN 20 JAAR EXPERTISE IN RECRUITMENT, HRM EN BEMIDDELING.



Respect 4Talent regelt de instroom van professionals en biedt modulaire HRM support, detachering en payrolling aan. Om arbeidsrelatie's en samenwerkingen te optimaliseren en talenten te ontwikkelen ondersteunt 2Forgive Mediation met conflictbemiddeling, coaching en communicatietraining.

Respect 4Talent is een HR consultancybureau en arbeidsintermediair gericht op talentmanagement. Praktische oplossingen voor arbeidsmobiliteit, organisatie – en mensgerichte aandacht staan hierbij centraal.

RESPECT4TALENT.NL
T. 0418 - 51 93 28

2Forgive Mediation is gespecialiseerd in arbeids- en organisatie mediation en conflictcoaching. Bijdragen aan autonomie, een happy organisatie, effectieve communicatie en de employee experience is onze ambitie.

2FORGIVEMEDIATION.COM
M. 06 - 2733 0652

ALS MENSEN ER ÉCHT TOE DOEN

“De juiste aanpak voor uw kwaliteitszorg”

Meetsma | Advies

Brengt *structuur* in uw organisatie

KWALITEITSZORG & CERTIFICERING ORGANISATIEONTWIKKELING COACHING
CONFLICTHANTERING BEDRIJFSOPLEIDINGEN WWW.MEETSMA.NL





DOORWERKEN MET AOW'ERS

Werknemers willen of moeten steeds vaker doorwerken na het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd.

MR. SYLVIA GERDES - VAN BENTHEM & KEULEN ADVOCATEN & NOTARIAAT - E-MAIL: SYLVIAGERDES@VBK.NL - TELEFOON: +31 - 30 259 55 28

Voor werkgevers kunnen oudere werknemers interessant zijn vanwege hun ervaring en kennis. Ook is een voordeel voor werkgevers dat er voor AOW'ers geen of minder premies werknemers- en volksverzekeringen behoeven te worden afgedragen.

Daarnaast hebben de Wet Werk en Zekerheid (hierna: 'WWZ') en de Wet werken na de AOW-gerechtigde leeftijd het voor werkgevers interessanter gemaakt om (door) te werken met AOW'ers.

VOORDELEN WWZ EN WET WERKEN NA AOW-GERECHTIGDE LEEFTIJD

WAT IS ER VERANDERD?

De WWZ maakt het mogelijk om de arbeidsovereenkomst op te zeggen in verband met of na het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd, zonder toestemming van het UWV of de kantonrechter. Een simpele opzegbrief volstaat. Wel geldt als voorwaarde dat de arbeidsovereenkomst moet zijn ingegaan vóór het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd. Bij een dergelijk pensioenontslag is de werkgever geen transitievergoeding verschuldigd.

De belangrijkste wijzigingen van de Wet werken na de AOW-gerechtigde leeftijd zijn, kort samengevat:

- De loondoorbetalingsverplichting tijdens ziekte is voor AOW'ers beperkt tot 13 weken in plaats van 104 weken.
- Ook de re-integratieverplichting en het

opzegverbod bij ziekte worden beperkt tot 13 weken.

- De opzegtermijn is ongeacht de duur van het dienstverband beperkt tot 1 maand.
- De ketenregeling voor AOW'ers is verruimd: maximaal 6 tijdelijke contracten (in plaats van 3) in een periode van maximaal 48 maanden (in plaats van 24 maanden). Hierbij worden alleen arbeidsovereenkomsten meegeteld die zijn aangegaan na het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd.

VALKUILEN WWZ EN WET WERKEN NA DE AOW-GERECHTIGDE LEEFTIJD

Er zijn echter ook twee valkuilen. In de eerste plaats kunnen in een cao of in de arbeidsovereenkomst afspraken staan die gunstiger zijn voor de werknemer dan de wettelijke bepalingen. Deze gunstigere afspraken gaan dan voor. Het is dus verstandig om voor het afsluiten van de arbeidsovereenkomst goed de cao te controleren en goed op te letten welke afspraken er in de arbeidsovereenkomst worden opgenomen.

In de tweede plaats is van belang dat de WWZ weliswaar introduceert dat de werkgever de arbeidsovereenkomst in verband met of na het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd mag opzeggen, maar dat deze mogelijkheid alleen geldt indien schriftelijk niet anders is overeengekomen en indien de arbeidsovereenkomst voor de AOW-gerechtigde leeftijd is aangegaan.

Dit betekent dat goed moet worden opgelet bij een pensioenontslagbeding. Een pensioenontslagbeding regelt namelijk dat de arbeidsovereenkomst van rechtswege eindigt bij het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd. Partijen kunnen vervolgens namelijk wel een arbeidsovereenkomst voor bepaalde tijd sluiten, maar deze kan niet meer tussentijds worden opgezegd. Ook kan er, als de werknemer ondanks een pensioenontslagbeding gewoon doorwerkt na zijn AOW-leeftijd, discussie ontstaan over de vraag of daardoor sprake is van een nieuwe arbeidsovereenkomst.

Om dit risico te voorkomen is het verstandiger het pensioenontslagbeding te gebruiken, de arbeidsovereenkomst te beëindigen en vervolgens een nieuwe arbeidsovereenkomst voor bepaalde tijd aan te bieden.



UTRECHT: CONGRESSTAD MET GROENE, GEZONDE EN SLIMME INNOVATIES

Utrecht Convention Bureau werkt gestaag aan de profilering van de regio Utrecht als ideale congresbestemming. Zowel de kennisstad zelf als de gelijknamige regio bieden de benodigde faciliteiten en inspirerende, inhoudelijke aanknopingspunten voor kennisevenementen.

Utrecht Regio Pass

Om het reizen naar en binnen de regio Utrecht extra makkelijk te maken, is onlangs de Utrecht Regio Pass geïntroduceerd. "Met deze multifunctionele OV kaart kan de internationale zakelijke reiziger Utrecht en de rest van Nederland op een duurzame manier verkennen. Bovendien kan er zelfs de entree van een aantal regionale attracties mee betaald worden", licht Verkroost toe. "De pas is online te bestellen, vervolgens haal je deze op Schiphol af en kun je meteen op reis. Het grote voordeel is dat je enkel betaalt voor de ritten die je maakt en de attracties die je bezoekt. Bovendien is de card gekoppeld aan je creditcard. Zodra je weer in het vliegtuig op weg naar huis bent, kun je in feite al je declaratierapport van je creditcard insturen. Met de Utrecht Region Pass wordt het dus nog makkelijker om je congres in de regio Utrecht te organiseren en de regio te leren kennen."



Utrecht profileert zich sinds enkele jaren als de congresstad waar groene, gezonde en slimme innovaties plaatsvinden. "Het thema Healthy Urban Living omvat alles wat te maken heeft met lang, gezond, vitaal, sociaal en zelfstandig samenleven, in een schone, veilige, prettige, duurzame en economisch welvarende stad", vertelt Monique André de la Porte, accountmanager bij Utrecht Convention Bureau. "Een mooi voorbeeld hiervan is het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie, waar de integrale aanpak van kinderkanker centraal staat", voegt Business Researcher Liza Verkroost toe. "Op deze locatie wordt alle klinische zorg, alle klinisch-wetenschappelijk onderzoek en opleidingen die in Nederland aanwezig zijn geconcentreerd en daarmee is dit het op twee na grootste centrum voor kinderoncologie ter wereld. Op 5 juni zal de nieuwe locatie naast het Wilhelmina Kinderziekenhuis worden geopend. Een brug tussen beide locaties zorgt ervoor dat het Prinses Máxima Centrum eenvoudig gebruik

kan maken van faciliteiten van het ziekenhuis zoals kinder intensive care en het kinderooperatiekamercomplex." Een andere belangrijke speler is het Hubrecht Instituut dat zich richt op de ontwikkeling van stamcelbiologie. Hier wordt gewerkt aan innovatieve behandelmethodes voor bijvoorbeeld kanker, diabetes en cardiovasculaire ziekten. Zowel het Hubrecht Instituut als het Prinses Máxima centrum zijn gevestigd op het Utrecht Science Park, dat met meer dan 100 bedrijven en instellingen het grootste Science Park van Nederland is. Hier werken research- en developmentafdelingen van bedrijven nauw samen met onderzoekers van de kennisinstellingen om zo te innoveren op het gebied van gezonder en duurzaam leven.

DUURZAME INITIATIEVEN

Ook wat betreft duurzame initiatieven loopt de regio Utrecht voorop. Zo is er rond het gebied achter het station en bij evenementencomplex Jaarbeurs de afgelopen tijd veel gebeurd. In maart van dit jaar werd daar de

eerste powerpack van Nederland geplaatst. Deze megabatterij is gekoppeld aan 200 zonnepanelen en 20 laadpunten voor elektrische auto's en heeft een capaciteit van bijna 1 MWh. Met onder andere deze megabatterij wil Utrecht vóór 2030 alle woningen van het aardgas af en alle auto's uitstootvrij maken. Een ander duurzaam initiatief is The Green House, een circulair paviljoen dat fungeert als restaurant, vergaderlocatie en ontmoetingsplaats. Verkroost: "Bij de bouw is onder meer gevelbekleding gebruikt van de voormalige naastgelegen Knoopkazerne. Veel interieurelementen van The Green House worden in bruikleen geplaatst of geleverd naar gebruik. Het paviljoen is volledig demontabel en krijgt na vijftien jaar op een andere plek een nieuwe bestemming."

"Iets waar we ontzettend naar uitkijken is de komst van de reizende tentoonstelling Climate Planet naar het Jaarbeursplein", noemt André de la Porte als tweede voorbeeld. "Vanaf het najaar wordt in een grote wereldbol van 20 bij 24 meter wordt een



Over Utrecht Convention Bureau

Organisatoren die een kennisevenement in en om Utrecht willen organiseren, kunnen rekenen op de ondersteuning van Utrecht Convention Bureau, dat kosteloos, onafhankelijk en deskundig advies biedt over de congres- en informele programmamogelijkheden in Utrecht en onder andere een bidfonds ter beschikking stelt. Ook initiatieven zoals Hotel Service Utrecht, een kosteloze online reserveringsdienst waarop congres- en evenementdeelnemers eenvoudig en veilig hun hotelkamer kunnen reserveren en betalen, maken het organiseren van internationale bijeenkomsten makkelijk. Bovendien is Utrecht vanaf Schiphol binnen een half uur per trein en auto te bereiken en is de regio prijstechnisch zeer gunstig in vergelijking met andere Europese steden.

1000 m² INSPIRATIE

In onze showroom kunt u volop ideeën opdoen hoe u uw woning sfeer- en in geheel eigen stijl kunt inrichten. Kom daarom snel eens langs voor een verhelderende nieuwe kijk op woninginrichting bij Vocking Interieur, Ambachtsweg 1 in Nieuwegein.

VLOERKLEDEN



o.a. Brink & Campman, Harlequin, Brinker, De Munk Carpets, NI-Label, en Sanderson.

De voordelen van Vocking Interieur:

- grootse keuze
- duidelijk advies
- vakkundige stoffeers
- CBW zekerheid

P Gratis

PVC-vloeren Laminaat
Houten vloeren Marmoleum
Vinyl Tapijt Matten Horren
Behang Binnenzonwering
Gordijnen Vitrage Shutters

VLOEREN EN RAAMBEEKLEDING

VLOEREN EN VLOERBEDEKKING

Grootse keuze in tapijt en vinyl, kijk, vergelijk en maak uw keuze uit de honderden showstalen in merken als Desso, van Besouw, Novilon, Parade en Interfloor.

In onze harde vloerenhoek showen wij een uitgebreide en stijlvolle collectie moderne en rustieke, "woodlook" vloeren. Hout, laminaat en PVC van o.a. de merken Meister, TFD, Quickstep, Mflor, Therdex, Hollandsche vloeren, Moduleo en Hakwood.



RAAMBEEKLEDING

In het binnenzonwering-eiland met daarin de merken Luxaflex®, BeCe, NL-Label, Velux en Jasno Shutters laten wij de diverse stijlen en mogelijkheden demonstratieklaar zien.

Grootse gordijnencorner met ruim 200 showgordijnen en honderden stalen van de merken Eijffinger, JAB, Kobe, Artelux, dePloeg, Kendix en NL-Label.



interieur
VOCKING
vloeren & raambekleding

Showroom: Ambachtsweg 1 - Nieuwegein www.vockinginterieur.nl

Maandag 13:00-17:00 uur Dinsdag t/m vrijdag 09:00-17:00 uur zaterdag 10:00-17:00 uur koopavond vrijdag 18:00-21:00 uur



film over de huidige staat van de aarde en de historische ontwikkeling van het klimaat wordt getoond. In de planet vinden ook evenementen en bijeenkomsten over de 'Global Goals' plaats, een initiatief van de VN voor wereldwijde duurzame ontwikkelingsdoelen."

CONGRESSEREN IN DE REGIO

In de stad Utrecht zijn meer dan genoeg locaties te vinden met een gezamenlijke capaciteit van 2.000 hotelkamers. De gelijknamige provincie is goed voor nog eens 2.000 kamers plus een uitbreiding van de ruime keuze aan accommodaties. André de la Porte: "De meeste organisatoren van internationale congressen hebben een

voorkeur voor het compacte centrum van de stad Utrecht. Toch merken we dat ook onze partners in het bosrijke gebied van de Utrechtse Heuvelrug en in het wat meer kleinschalige Amersfoort steeds meer in trek zijn. Sommige partijen geven juist de voorkeur aan een rustige, groene omgeving. Gasten die van een locatie in de regio gebruik hebben gemaakt, zijn aangenaam verrast en willen graag terugkomen. Bovendien biedt het ook mogelijkheden voor social programs waarbij je juist de reuring van de stad en de rust van de natuur in één programma kunt opnemen. Het gaat uiteindelijk om het delen van kennis en netwerken, en dat kan zowel in het centrum als in de natuur."

Benieuwd naar de mogelijkheden in de regio Utrecht? Meer informatie vind je op www.utrechtconventionbureau.com. Of laat je persoonlijk informeren in de Holland stand (E100) tijdens IMEX 2018.

17



In 2018 vinden in Utrecht onder andere de volgende internationale congressen plaats:

- International Research Society on Spinal Deformities (IRSSD). June 14th-16th, at the University Hall Utrecht.
- VIV Europe 2018, World Expo of animal protein businesses from feed to food. June 20th-22th, at Jaarbeurs
- XXXVIII Sunbelt Conference. June 26 to July 1, at the Dom Square
- Fourteenth International Symposium on Human Chlamydial Infections (ISHCI). July 1st- 6th, Woudschoten in Zeist
- 6th European Veterinary Immunology Workshop (EVIW). September 5th-7th, Spoorwegmuseum.



Wethouder Michiel van Liere voor de voormalige basisschool De Wegwijzer: "Ontmantelde gebouwen bevatten vaak bruikbare elementen".

18

CIRCULARITEIT SPEERPUNT VOOR HOUTEN

VLIEGWIEL KRIJGT STEEDS MEER VAART

Houten formuleerde een langetermijnvisie die ervoor moet zorgen dat de gemeente in 2040 stil, schoon en klimaatneutraal is. Circulariteit is daarbij een belangrijk element. Ook het bedrijfsleven ziet in toenemende mate de kansen van een circulaire benadering, ervaart wethouder Michiel van Liere. Om die kansen te verzilveren, zijn samenwerking en transparantie cruciaal.

TEKST: HANS HAJÉE
FOTOGRAFIE: MARNIX SCHMIDT

Michiel van Liere is wethouder in het Houtense college dat binnenkort wordt opgevolgd door een nieuw gemeentebestuur. In zijn portefeuille onder meer duurzaamheid en energietransitie. "In het huidige tijdsgewricht staan energietransitie, klimaatadaptie en grondstoffenschaarste hoog op de agenda. Hoe meer kringlopen we

weten te sluiten – of het nu gaat om energie of om fysieke materialen – hoe duurzamer ons verblijf op aarde wordt." Door de alsmear toenemende wereldbevolking neemt de schaarste op veel gebieden – denk aan voedsel – verder toe. Daarom verdient circulariteit alle aandacht, aldus Van Liere. Hij wijst ook op het geopolitieke

aspect. "Europa kent 54 kritische grondstoffen; 90% daarvan komt uit China. Deze afhankelijkheid maakt ons kwetsbaar, net als de grootschalige afname van Russisch gas."

CONCRETE AMBITIES

Houten wil in 2040 een schone, stille en klimaatneutrale stad zijn. Om dit te bereiken,

is er een uitvoeringsprogramma met vier pijlers: energietransitie, klimaatadaptie, duurzame mobiliteit en de circulaire stad. Dit programma bevat concrete ambities zoals de doelstelling om uiterlijk dit jaar tien circulaire inkoopprojecten af te ronden. "Nederlandse overheden besteden samen jaarlijks 60 miljard euro aan," zegt Van Liere. "Bij een gemeente als Houten gaat het om zo'n 40 miljoen. Deze inkoopkracht is een effectief middel bij het op gang brengen van de circulaire transitie. Nu doen we met een paar circulaire inkooptrajecten ervaring op. Een mooi vervolg zou zijn om in principe uitsluitend circulair in te kopen. Alleen op goede gronden kan daarvan worden afgeweken. Bijvoorbeeld omdat nog geen circulair alternatief voorhanden is."

ACHT KEER NIEUWE KLEDING

De circulaire inkoopprojecten beslaan een breed terrein. "In april 2018 zijn onze bureaustoelen vervangen door circulaire exemplaren. Samen met marktpartijen zijn in een aantal sessies de mogelijkheden onderzocht. Daarbij was bijvoorbeeld ook aandacht voor de herkomst van materialen en hergebruik van zowel de vorige als huidige bureaustoelen." Een intensief traject met een positief resultaat. "De nieuwe stoelen zijn niet alleen circulair, ze zitten ook nog eens heerlijk," meldt de wethouder. Ook bij de bedrijfskleding waren circulariteit en kwaliteit randvoorwaarden. Versleten kleding wordt verzameld en tot grondstof teruggebracht waarvan opnieuw kleding wordt gemaakt. Dit proces herhaalt zich tot wel acht keer. Is deze vorm van hergebruik uiteindelijk niet meer mogelijk dan krijgt de kleding in een andere toepassing een volgend leven.

SCHAALGROOTTE

Afvalscheiding kreeg in Houten een impuls met een vierde minicontainer voor plastic afval. "Ons scheidingspercentage was al hoog en is met deze nieuwe component verder gestegen. Hierdoor neemt de restfractie – afval dat niet geschikt is voor hergebruik en verbrand wordt – verder af." Van Liere noemt ook een actueel project waarbij verf een tweede leven krijgt. "Vrijwel iedereen heeft aangebroken blikken verf thuis. Die worden vaak weggegooid en verdwijnen in de verbrandingsoven. Binnenkort zamelt een aantal regionale gemeenten verf-

blikken afzonderlijk in, te beginnen met latex. Akzo Nobel helpt ons deze verf een tweede leven te geven. Inwoners kunnen tegen een scherpe prijs verf kopen. Een volgende stap is om ingezamelde verfresten te mengen tot 'nieuwe' verf. Zo wordt de kringloop van dit product verder gesloten." Ander voorbeeld zijn matrassen. "Een regionale ondernemer die een fabriek wil starten waar gebruikte matrassen worden verwerkt, is erbij gebaat dat deze in grote hoeveelheden worden ingezameld. Samen met de Economic Board Utrecht wil een aantal gemeenten hierbij helpen. Schaalgrootte is vaak een voorwaarde voor een sluitende circulaire businesscase. Door als gemeenten samen op te trekken, dragen we hieraan bij."

VERBINDING MET VIANEN

Deze samenwerking krijgt op meerdere fronten vorm. "Houten-Noord krimpt. Schoolgebouwen worden overbodig en maken plaats voor woningbouw. Voor gemeenten die groeien en waar juist scholen gebouwd worden, bevatten dergelijke ontmantelde gebouwen vaak bruikbare elementen. Zo'n verbinding proberen wij tot stand te brengen met buurgemeente Vianen, bijvoorbeeld bij onze te slopen basisschool De Wegwijzer." Dergelijk hergebruik is nu nog een zeldzaamheid. "In de toekomst moet het vast onderdeel zijn van ons werkproces."

NAT EN DROOG

In Nederland is de bouw verantwoordelijk voor 50% van het grondstofverbruik. Uit oogpunt van circulariteit is hier dus veel winst te halen. Van Liere benadrukt dat daarvoor een fundamenteel andere benadering nodig is. "Al eeuwenlang worden bouwelementen verbonden met zogenaamde natte verbindingen; denk aan cement en beton. Dit maakt demontage en hergebruik lastig." Door gebruik van schroeven of lassen – droge verbindingen – wordt dit eenvoudiger. "Daarom is het zaak al bij het ontwerp rekening te houden met latere demontage. Dat beperkt de kosten voor hergebruik." In het verlengde daarvan pleit de wethouder ervoor om rekening te houden met mogelijk toekomstig gebruik van woningen. "Door ruimtes flexibel indeelbaar te maken, kunnen woningen meebewegen met veranderende behoeftes. Neem de levensloop van de mens als uitgangspunt".

AANSPREKENDE VOORBEELDEN

Houten kent al een aantal voorbeelden van grotendeels circulaire gebouwen. "Ons in 2012 geopende kringloopcentrum is opgetrokken uit gebruikte materialen. De realisatie was een stevige puzzel; passen en meten met een beperkt budget. Maar door gezamenlijke inspanningen van aannemer, adviseur en alle andere betrokkenen is het gelukt. Het kringloopcentrum is een visitekaartje waarmee we laten zien dat circulair bouwen mogelijk is." De zoutloods van Rijkswaterstaat is een ander markant voorbeeld. "In heel het land worden deze loodsren vervangen door circulaire nieuwbouw. Houten heeft de primeur. De nieuwe zoutloods is volledig demontabel en voorzien van een zonnedak."

PROEFTUIN

Ondanks het groeiende aantal voorbeelden bevindt circulariteit zich nog steeds in de pioniersfase. "In brede zin heeft Houten de ambitie om als proeftuin te fungeren. Daardoor is er binnen de gemeentelijke organisatie ruimte om te experimenteren, om nieuwe mogelijkheden te onderzoeken zonder dat de uitkomst vooraf vast staat. Deze mindset helpt bij de zoektocht naar circulaire alternatieven." Mensen zijn van nature behoudend. "Maar als zij ervaren welke impact al mogelijk is op het gebied van circulariteit raken steeds meer medewerkers enthousiast. Daarbij is het mooi om te zien dat sceptici die gegrepen worden door de circulaire gedachte vaak de meest enthousiaste ambassadeurs worden." Ook bedrijven hebben in toenemende mate oog voor het perspectief van een circulaire benadering, constateert Van Liere. "Steeds vaker zien zij kansen in plaats van bedreigingen."

VERTROUWEN IN VLIEGWIEL

Om die kansen te verzilveren, zijn samenwerking en transparantie cruciaal. "De bij circulaire projecten betrokken partijen hebben vaak verschillende belangen. Door deze over en weer inzichtelijk te maken en samen te bespreken, kun je ieders risico's zoveel mogelijk beperken. Dat vereist een omslag in denken, zeker voor het bedrijfsleven waar men elkaar vaak als concurrenten ziet. Maar openheid is een voorwaarde voor circulair succes. Gelukkig komen er steeds meer voorbeelden waarbij samenwerking en transparantie vruchten afwerpen. Dat geeft veel vertrouwen voor een toekomst waarin het circulaire vliegwiel steeds harder gaat draaien."

"SCHAALGROOTTE IS VAAK EEN VOORWAARDE VOOR EEN SLUITENDE CIRCULAIRE BUSINESSCASE."



20

WERKCONFERENTIE CIRCULAIRE BOUW & DEMONTAGE

LEREN EN WAARDE CREËREN

Om de steeds schaarsere grondstoffen efficiënt in te zetten en de druk op het milieu te beperken, is circulair bouwen onontkoombaar. Naast demaatschappelijke noodzaak is er een forse economische impact. TNO becijferde de potentie van circulair bouwen en demonteren in de regio Utrecht op € 180 miljoen toegevoegde waarde per jaar en 1.500 structurele additionele banen. Om dit potentieel te ontsluiten, organiseerde Alliantie Cirkelregio Utrecht op 12 maart 2018 een werkconferentie circulaire bouw & demontage.

TEKST: HANS HAJEE

In de Alliantie Cirkelregio Utrecht zijn verschillende partijen verenigd die samen fungeren als aanjager voor een circulair georganiseerde regio. Bouw en demontage spelen hierbij een cruciale rol. Daarom

organiseerde de Alliantie Cirkelregio op 12 maart een werkconferentie. In het Utrechtse Provinciehuis troffen ruim honderd vertegenwoordigers van marktpartijen, overheden en andere stakeholders elkaar. Doelstelling:

kansrijke circulaire bouwopgaves en gebruikte element- en materiaalstromen verbinden met toekomstige regionale bouwprojecten.

PROJECTENKALENDERS

Om een beeld te krijgen van de daadwerkelijke markt voor circulair bouwen en demonteren, stelden Metabolic en SGS Search in opdracht van de U10-gemeenten en de gemeente Amersfoort regionale projectkalenders op. Deze bevatten honderden woningen, kantoren en andere utiliteitsgebouwen; zowel nieuwbouw-, demontage- als renovatieprojecten. Aanvullend is voor de U10-gemeenten ook een inventarisatie uitgevoerd van de bij deze projecten vrijkomende materialen. Dit zogenaamde urban mining potentieel – uitsloop en renovatie afkomstige materialen en componenten – omvat ruim 350.000 ton met een waarde van € 180 miljoen. Ter vergelijking: voor nieuwbouw zijn in de U10-gemeenten de komende vijf jaar bijna 8 miljoen ton materialen en elementen benodigd met een totale waarde van € 1,5 miljard.

KANSRIJK VOOR HERGEBRUIK

Metabolic en SGS Search benoemden ook de meest kansrijke elementen voor hergebruik. De top-5 bestaat uit scheidingswanden, systeemplafonds, plafondisolatie, prefab betonbalken en keukenkastjes. Worden de kosten van hergebruik vergeleken met de toepassing van nieuwe componenten dan levert dat volgens de onderzoekers vaak een interessant verdienmodel op. In sommige gevallen – denk aan liftconstructies – kan regelgeving hergebruik belemmeren.

MATCHMAKING

Voor maximale toepassing van herbruikbare materialen bij nieuwbouw moet zo vroeg mogelijk bekend zijn wat waar en wanneer beschikbaar komt. Ook de geografische match is van belang; transportkosten moeten zoveel mogelijk worden beperkt. Met behulp van de projectkalenders en op basis van de kansen voor urban mining zijn interessante verbindingen te maken. Zo kunnen waardevolle leads ontstaan voor daadwerkelijke matchmaking.

MARKTPLAATSEN

Om vraag en aanbod van bouwmaterialen met ervaring concreet te verbinden, zijn digitale en fysieke marktplaatsen nodig. Namens het Utrechtse Werkspoorkwartier werd tijdens de conferentie een oproep gedaan aan mogelijke partners voor de realisatie van een circulaire hub voor herbruikbare bouwmaterialen in dit gebied. In Rotterdam bestaat zo'n locatie al. Daar vinden ook workshops

plaats en kunnen mensen met afstand tot de arbeidsmarkt opleidingen volgen. Voorbeeld van een digitale marktplaats is insert.nl, een landelijk platform waarin sloopbedrijven waaronder het Utrechtse Oskam participeren.

JUISTE UITVRAAG

De Utrechtse wethouder Lot van Hooijdonk stelde tijdens de werkconferentie dat de ontwikkeling van circulariteit staat en valt met de vraag van opdrachtgevers. De gemeente Utrecht focust in deze rol vooral op onderdelen waarop zij zelf veel invloed heeft, zoals afvalinzameling en de eigen inkoop. Bij dat laatste aspect is het stellen van de juiste uitvraag een belangrijk aandachtsveld. Dit kan bijvoorbeeld leiden tot de afname van diensten in plaats van producten: betalen voor gebruik in plaats van bezit. Ook bij infrastructuur lijkt deze benadering haalbaar. Uit oogpunt van circulariteit en duurzaamheid een kansrijk alternatief.

HERHAALBAAR EN SCHAALBAAR

Utrecht staat de komende jaren voor een grote bouwopgave. Volgens wethouder Van Hooijdonk is de circulaire potentie hiervan enorm. Zij pleit ervoor om inspanningen vooral te richten op herhaalbare en schaalbare projecten. Die zorgen voor de benodigde massa en versnelling bij circulariteit. Door als gemeente samenwerking te zoeken met andere grote vastgoedbezitters zoals het Rijksvastgoedbedrijf, corporaties en commerciële eigenaren ontstaan kansen. Zowel via schaalvoordelen als door mogelijke synergie, bijvoorbeeld op het gebied van energie en mobiliteit.

INZOOMEN OP DEELASPECTEN

In vier werksessies werd tijdens de conferentie ingezoomd op deelaspecten van circulair bouwen en demonteren. Bij de sessie circulaire infra was onder meer aandacht voor afname van een weg als dienst. In de aanbesteding van de Utrechtse Croeselaan is hier uiteindelijk niet voor gekozen. Wel leverde het traject relevante ervaringen op voor zowel opdrachtgevers als marktpartijen. In Midden-Nederland staan tal van woningbouwprojecten gepland. Aandachtsveld tijdens de betreffende werksessie: wat is nodig om op grote schaal circulaire woningen te realiseren? Hoe moet de regelgeving eruit zien en welke instrumenten zijn beschikbaar om de mate van circulariteit te meten?

SHOWCASE

Bij de werksessie circulaire utiliteitsbouw stonden rijkskantoor de Knoop en het naastgelegen tijdelijke horecapaviljoen The Green House centraal. Dit paviljoen is een showcase van circulariteit, zowel in de bedrijfsvoering als door het volledig demontabele gebouw. Dat zal na vijftien jaar worden afgebroken en elders weer opgebouwd.

In de laatste werksessie lag de focus op hergebruik van bestaande componenten. Er is grote winst te behalen door materialen die vrijkomen bij het slopen, renoveren of beheren van gebouwen terug te brengen in de kringloop. Maar hoe ontsluit je al die materialen en zorg je voor een haalbare businesscase – praktisch en financieel?

GERICHTE ACTIES

Het gezamenlijk leren en ervaring opdoen is essentieel bij een nog grotendeels onontgonnen terrein als circulair bouwen en demonteren. De werkconferentie – zowel het plenaire deel als de werksessies – droeg substantieel bij aan het inzicht in economisch interessante circulaire bouwopgaves, componenten en materiaalstromen. De conferentie krijgt dan ook zeker een vervolg, aldus dagvoorzitter Rutger Büch (Cirkelstad). Hij benadrukte het perspectief op waardecreatie en pleitte voor gerichte acties met de kansrijkste elementen uit het onderzoek van Metabolic & SGS Search.

2030 EN 2050

Bij circulaire bouw en demontage speelt de overheid een sleutelrol als aanjager, facilitator en regelgever. Lot van Hooijdonk stelde op de werkconferentie dat de circulaire transitie exponentieel complexer is dan de energietransitie die nu steeds verder versnelt. Voor de realisatie van de klimaatambities uit het Parijs-akkoord per 2030 vergt deze energietransitie alle aandacht, aldus de Utrechtse wethouder. Het daarbij grootschalig inbrengen van circulaire uitgangspunten kan volgens haar zorgen voor een onwenselijke stagnatie. De vraag is echter of we ons bij de noodzakelijke omslag naar een circulaire economie terughoudendheid kunnen veroorloven. In 2050 moet Nederland volledig circulair zijn. Al lijkt dat heel ver weg, haast is wel degelijk geboden. Het gaat vaak om ingrijpende processen. Aanpassing ervan kost jaren.

Michael Porter: visie over shared value creation vindt steeds meer weerklank.
(Foto: Cmproject)

22

SHARED VALUE CREATION LEIDT TOT WINSTGEVENDHEID EN GROEI **DE ECONOMISCHE WAARDE VAN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT**

Maatschappelijk verantwoord ondernemen volstaat niet meer. Ondernemen voor de samenleving is het devies. Alleen bedrijven die hun innovatieve vermogen en concurrentiekracht inzetten voor het oplossen van maatschappelijke problemen hebben op termijn bestaansrecht, stelt managementgoeroe Michael Porter. Maar voordat de daarvoor noodzakelijke shared value creation de norm is, moeten tal van uitdagingen worden overwonnen.

TEKST: HANS HAJEE

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is bij vrijwel elk bedrijf een vaste waarde, in meer of mindere mate. Veelal is het echter een aandachtsveld aan de rand van de organisatie. Het draait om afgebakende activiteiten en projecten, vaak ad hoc en met afzonderlijke budgetten.

BAANBREKEND ARTIKEL

De benadering waarbij MVO vooral gaat over filantropie en duurzaamheid volstaat in de huidige tijd niet meer. Noch voor het bedrijfsleven, noch voor de samenleving. Dat is de stellige overtuiging van Michael Porter, een van de meest invloedrijke managementdenkers over strategie en concurrentie. In 2011 publiceerde hij samen met Mark Kramer een baanbrekend artikel in de Harvard Business Review met als titel Creating Shared Value. De visie die daarin wordt verwoord, vindt steeds meer weerklank.

PIJNLIJK

Porter en Kramer beschrijven niets meer of minder dan een nieuwe opgave, een herijking van het kapitalisme. In haar oude vorm draait het daarbij om het streven naar maximale winst. De grenzen waarbinnen bedrijven dit kunnen doen, worden bepaald door de overheid. Regelgeving en controlerende instanties moeten ervoor zorgen dat de omgeving geen negatieve gevolgen ondervindt van het kapitalisme. Dat de kaders en het correctieve instrumentarium niet langer voldoen, werd het afgelopen decennium pijnlijk duidelijk. Op tal van gebieden ontstonden grote problemen. Denk aan de wereldwijde financiële crisis en het steeds verder uitputten van schaarse grondstoffen. De situatie in Groningen is een van de voorbeelden die duidelijk maken wat er gebeurt als de wal het schip keert.

MAATSCHAPPELIJK BELANG CENTRAAL

Er zijn systemen voor minder bij het grofvuil gezet. Toch is dit falen voor Michael Porter geen reden om het kapitalisme af te zweren. Wel moeten bedrijven een fundamenteel ander uitgangspunt kiezen, stelt hij. Niet langer de belangen van aandeelhouders moeten voorop staan maar het maatschappelijke belang in brede zin. Bedrijven moeten waarde creëren door bij te dragen aan het oplossen van de cruciale problemen waarmee onze huidige samenleving worstelt: klimaat, gezondheid, grondstoffenschaarste, inclusiviteit, scholing. Porter benadrukt dat juist het kapitalistische systeem bij uitstek geschikt is om deze uitdagingen te lijf te

gaan. Door hun concurrentiekracht en innovatief vermogen zijn bedrijven als geen ander in staat om de noodzakelijke veranderingen tot stand te brengen.

ENORME POTENTIE

Porter legt dus niet – zoals vaak gebeurt – de nadruk op de sociale component als beweegreden voor maatschappelijke inspanningen van bedrijven. Bij shared value creation gaat het primair om de economische drijfveer. Een succesvolle impact op de omgeving leidt tot groei en winst, stelt Porter. Het mes snijdt aan twee kanten. Bedrijven kunnen ook op lange termijn rendabel opereren, maatschappelijke problemen worden aangepakt. Dit maakt shared value creation tot een uitgangspunt met enorme potentie.

“TOEN DE STORM WAS GAAN LIGGEN, BLEEK HET AANTAL VERTROKKEN FACEBOOKGEBRUIKERS VERWAARLOOSBAAR.”

292 KEER MEER VERDIENEN

In toenemende mate zijn er ondernemingen die hun bijdrage aan de samenleving centraal stellen en als richtsnoer gebruiken bij de bedrijfsvoering. Unilever krijgt terecht credits voor de inspanningen om haar positieve maatschappelijke impact te vergroten. In Unilever's Sustainable Living Plan stelt het voedingsmiddelenconcern zich onomwonden ten doel om de gezondheid en levensstandaard van honderden miljoenen mensen te verbeteren.

Maar koplopers weten vele kritische ogen op zich gericht. En als dan blijkt dat topman Paul Polman 292 keer meer verdient dan de gemiddelde Unilever-werknemer wordt direct de verbinding gelegd met de maatschappelijke doelstellingen van het bedrijf. Die geven de ophef extra brandstof. Rabobank ontdekte iets vergelijkbaars bij haar campagne met de suggestie het wereldvoedselprobleem op te zullen lossen. Een prijzenswaardige ambitie waaraan de bank zeker kan bijdragen. Maar de claim werd als te stellig ervaren en riep weerstand op.

SPANNINGSVELD

Voorbeelden als deze benadrukken dat bij shared value creation daden en woorden met elkaar in overeenstemming moeten zijn. En dat communicatie hierover erg nauw luistert. Ook het concurrentieveld levert een stevige

uitdaging op. Want nastreven van maatschappelijke waarde kan leiden tot hogere kosten terwijl de baten verder in de toekomst liggen. Concurrenten die zich weinig gelegen laten liggen aan hun sociale rol zijn op de korte termijn in het voordeel.

Afnemers kunnen dit spanningsveld in positieve zin beïnvloeden. Denk aan overheden die bij een aanbesteding voorwaarden stellen op het gebied van social return. Het gewicht dat aan dergelijke aspecten wordt toegekend, zal verder toenemen. Als grote organisaties het voorbeeld van de overheid volgen, krijgt maatschappelijke impact steeds meer economische waarde.

WEG MET FACEBOOK?

Ook consumenten hebben een belangrijk deel van de sleutel in handen. Zij kunnen goede bedrijven belonen en concurrenten die hun maatschappelijke rol niet serieus nemen links laten liggen. De recente ophef rond Facebook illustreert dat zo'n onderscheid nog zeker niet vanzelfsprekend is. Eens te meer bleek dat dit bedrijf amper geeft om de privacy van haar gebruikers. Ronkende mission statements als “making the world more open and connected” en “bringing the world closer together” kunnen dit niet verbloemen. Toen de ware aard van Facebook bij het datamisbruik door Cambridge Analytica opnieuw duidelijk werd, stak een heuse mediastorm op. Menigeen riep op om Facebook te boycotten. Maar toen de storm was gaan liggen, bleek het aantal vertrokken gebruikers verwaarloosbaar. Ook adverteerders haakten amper af.

AUSDAUER GEVRAAGD

Los van aspecten als concurrentie en communicatie vraagt shared value creation vooral veel van de eigen organisatie. Het raakt de essentie, de core business. Elk bedrijfsonderdeel en alle medewerkers moeten gericht zijn op het realiseren van waarde voor de gemeenschap. Dat is een enorme opgave die veel overtuiging en Ausdauer vergt. Het besef dat de doelstelling om zoveel mogelijk winst te maken niet langer volstaat om klanten en medewerkers te binden, wordt gelukkig steeds breder gedragen. Porter gaat nog een stap verder. Slaagt een onderneming er niet in om substantieel bij te dragen aan de samenleving dan komt haar bestaansrecht in het geding. Creating shared value is volgens Porter simpelweg een must.

TOPLOCATIES



24

Muntgebouw Utrecht

Een uniek monument en letterlijk een locatie van *waarde*

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MUNTGEBOUW-UTRECHT.NL

Mariënhof Amersfoort

Een onbeschrijfelijk *stadsklooster* met hart en ziel

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MARIENHOF.NL

3

RESTAURANT
'T WAPEN VAN HAARZUYLEN

Lunch | Buffet | Diner | Vergadering
High- Tea | Barbecue | Feest | Receptie

Brink 2 | 3455 SE Haarzuilens | Tel. 030-6771998
www.wapenvanhaarzuylens.nl

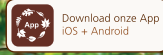
4



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN



www.kontaktdercontinenten.nl - Soesterberg

5

www.woudschoten.nl

nice to meet



6



OF HET GAAT OM EEN TAFEL VOOR TWEE OF
EEN COMPLEET VERZORGD FEEST, U BENT IN GOEDE
HANDEN BIJ 'DE HEEREN VAN MAARSSSEN'



Maarsseveensevaart 7a - 3601 CC Maarsssen
T 0346-561590 - www.deheerenvanmaarsssen.nl



25





NEDERLANDSE ONDERNEMERSNETWERK ONTWIKKELT IN BENIN

CAREL VAN BEMMELEN KOOPMAN EN KONING VAN KATAKLE

"I love Benin, and I love Kissamey even more." Diep in het binnenland van Benin staat een 65-jarige Nederlander met een imposant voorkomen op een podium. Ondanks de hitte, het stof en het zand is zijn overhemd onberispelijk wit. Zijn gehoor bestaat uit een kleine duizend inwoners uit de omgeving en 60 Nederlandse investeerders.

TEKST: PIETER WILLEMSSEN

Het is Loosdrechter en ras-ondernemer Carel van Bemmelen die spreekt. Achter hem staat het Nederlands Blazers Ensemble (NBE) in vol ornaat klaar om aan het concert te beginnen. Samen met lokale musici treedt het NBE op in Kissamey. De investeerders in het publiek hebben de afgelopen tien jaar samen tien miljoen euro geïnvesteerd in het

werk van The Hunger Project om het einde van de honger in Benin dichterbij te brengen. Als Van Bemmelen uitgesproken is gaan de muzikanten los. Het wordt een geweldig concert waar de Nederlandse investeerders en de Beninese bewoners samen dansen. Ze vieren dat Kissamey zelfredzaam is geworden.

Wie het CV van Van Bemmelen bekijkt op LinkedIn, verwacht waarschijnlijk een geaffecteerd pratende en ietwat stijve man. Van Bemmelen maakte namelijk carrière bij Procter and Gamble, was directeur van Verkade en had tot voor kort commissariaten bij onder andere Auping en HAK. Maar wie hem voor een groep ziet praten ziet eerder



een ondernemer dan een bestuurder. Een joviale, betrokken man met pretogen, makkelijk in de omgang en bijzonder direct. Met die kwaliteiten zorgde hij als medewerker van Procter and Gamble dat mensen wereldwijd overstapten op vloeibare toiletblokjes en hij zette Sanex op de kaart voor mannen door de eerste commerciële schaatsploeg van Rintje Ritsma te sponsoren.

FENTENER VAN VLISSINGEN

Van Bemmelen's betrokkenheid met Benin begon ruim tien jaar geleden. Van Bemmelen was voor NPM Capital commissaris bij bedrijven waar de investeringsmaatschappij een belang in had. Namens NPM ging hij in 2007 voor het eerst mee op reis met The Hunger Project. Net als de andere ondernemers in het gezelschap geloofde hij niet in ontwikkelingshulp. Paul Fentener van Vlissingen, eigenaar van NPM Capital, kende The Hunger Project en overtuigde Carel om zich open te stellen tijdens de reis. Door de lokale aanpak, die gericht is op de ontwikkeling van mensen en het stimuleren van ondernemerschap, verdween stukje bij beetje de scepsis. Enthousiasme voor de resultaten van The Hunger Project kwam daar voor terug. "We hadden gezien dat het werkt. De verschillen in de dorpen die wel en nog niet meededen waren groot: hoe mensen zich kleedden, en dat ze nu wél genoeg te eten hadden."

Van Bemmelen daagde de lokale directeur Pascal Djohoussou uit: "Ik vroeg Djohoussou: wat heb je nodig om een einde te maken aan de honger in Benin?" Met de antwoorden die hij gaf, gingen de ondernemers aan de slag. "Op het strand maakten we de eerste schets van een businessplan dat het Katakle investeerdersnetwerk zou worden." De kern van het businessplan was een afgebakende

periode met vastgestelde doelen. "We lieten zo zien dat het geen bodemloze put was waar mensen geld in zouden stoppen. Door dit eindpunt was het duidelijk dat we echt in mensen investeren."

Pascal Djohoussou de directeur van The Hunger Project in Benin was juist op zoek naar ondernemers als partner van zijn organisatie. Want in samenwerking met traditionele NGO's worden de dorpingen vaak vooral uitvoerders van andermans projecten. In de epicentra waar The Hunger Project actief is beginnen de bewoners met hun eigen visie op de toekomst van hun dorp te ontwikkelen. Daarna committeren ze zich, en komen ze in actie. Djohoussou: "Van de ondernemers kunnen de dorpingen juist de duw in de rug krijgen om hun oogsten en inkomens op te krikken zodat ze zichzelf 'armoedevrij' en 'honger vrij' kunnen maken."



TIPPING POINT

De benadering van The Hunger Project in Benin deed Van Bemmelen denken aan 'The Tipping Point' van Malcolm Gladwell. Gladwell stelt dat als je tien procent van een bedrijf meekrijgt, je de organisatie kunt veranderen. Van Bemmelen: "Ik sprak een lokale arts die verantwoordelijk is voor dertig medische centra, waaronder twee in de dorpen waar The Hunger Project werkt. Hij was zo onder de indruk van de resultaten in onze klinieken dat hij nu in zijn 28 andere centra onze aanpak kopieert. Kijk, je kunt moeilijk verwachten dat in een dorp van 20.000 mensen alle mensen in dezelfde staat van ontwikkeling zijn. Sommige mensen zijn meer getalenteerd en gemotiveerd dan anderen, dat is hier niet anders."

DE METHODE VAN THE HUNGER PROJECT

In afgelegen gebieden waar armoede en honger het grootst zijn zetten inwoners een 'epicentrum' op met steun van The Hunger Project. Dit gebeurt pas nadat er eerst onderzocht is of er in deze omgeving genoeg mensen zijn die in staat zijn om de ontwikkelingen te dragen. Daarna wordt in de eerste fase geïnventariseerd wat de mensen willen verbeteren, hoe ze dit gaan doen en hoe ze zich committeren. Het epicentrum is een gemeenschapshuis waar cursussen worden gegeven, een medische hulppost is en waar een loket is voor microkredieten. De meest ondernemende mensen in het dorp worden vervolgens getraind. Bijvoorbeeld op het gebied van ondernemerschap, of gezonde voeding, of hoe ze effectiever kunnen boeren. Daarna trainen zij zelf hun burens. Alles

nice to meet!

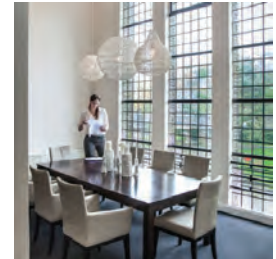
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist is centraal gelegen op een bosrijk eigen landgoed van 45 hectare. Uitstekend geschikt voor één- en meerdaagse bijeenkomsten als trainingslocatie, om te vergaderen en voor Business Events.



**Korting op onze
arrangementen?**

Kijk op woudschoten.nl
voor de actuele
kortingskalender



Woudenbergseweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl

We ♥ PrintMedia



Houdt u ook zo van schitterend drukwerk, scherpe prijzen en uitstekende service? Neem nu contact op en ondervind zelf de geweldige kwaliteit van ons Nederlands/Baltisch traject: optimaal van boom tot deur.

Bouwmeesterweg 52 | 3123 AA Schiedam T 010 247 6666 W www.balmedia.com E info@balmedia.com

 **BalMedia**

is gericht op zelfredzaamheid. Er is ongeveer acht jaar nodig voor een epicentrum om zelfredzaam te worden. Wanneer een epicentrum zelfredzaam is, dan is het leiderschap in staat om op eigen kracht de ingeslagen weg voort te zetten. Het hoeft niet zo te zijn dat alle zelf gestelde voorwaarden voldaan is, maar er is genoeg vooruitgang en de gemeenschap is zelf in staat deze en nieuwe uitdagingen op te pakken. De steun van The Hunger Project is dan niet meer nodig. Met een groot feest wordt er afscheid genomen van elkaar.

KATAKLE IN NEDERLAND

Terwijl in Benin achttien epicentra opgezet werden, ging Van Bemmelen in Nederland aan de slag om het Katakale netwerk op te zetten. Enerzijds maakte hij Nederlandse bedrijven en ondernemers lid van de Katakale. Anderzijds trad hij toe tot de Raad van Toezicht van het in Utrecht gevestigde The Hunger Project Nederland. Zo werd hij een van de drijvende krachten van Katakale. Tijdens de reis kreeg hij de officieuze eretitel 'koning van Katakale'.

Vanuit die functie trok Evelijne Bruning, directeur van die organisatie, veel samen met hem op. "Het is ontzettend fijn om met Carel te schakelen. Hij ziet heel snel wat er wel toe doet, en wat niet. Als ik ergens niet uitkom, hoef ik bijvoorbeeld maar een paar minuten met hem te bellen, en dan kan ik weer weken verder. Bovendien is hij altijd volledig zichzelf. Onder bankiers, onder de mensen in afgelegen dorpen in Benin, of onder invloedrijke politici, Carel blijft Carel. Een onontkoombare natuurkracht." Van Bemmelen en de ondernemers in zijn kielzog hebben ook een impact gehad op The Hunger Project. Bruning: "Door de ondernemende geesten die ons steunen, met ons meedenken en controleren zijn wij een hele ondernemende NGO. We durven dingen aan te pakken en uit alle lijstjes en controle systemen blijkt bovendien dat we het goed doen."

GOUD ALS TEKEN VAN WELVAART

Onder leiding van Bruning en Van Bemmelen reisden de laatste week van april zestig Nederlandse investeerders mee naar Benin - uiteraard allemaal op eigen kosten. Voor Van Bemmelen is het zijn zesde reis naar Benin. In kleine groepjes bezoeken de investeerders de lokale projecten. Zo zien ze met eigen ogen wat er verbeterd is. De wereldwijde organisatie van The Hunger Project heeft een monitoringsysteem opgezet waarmee de behaalde

resultaten exact kunnen worden gemeten. Eén van de kenmerken van Van Bemmelen is dat hij ingewikkelde dingen met een beeld kan schetsen. Ook de meetsystemen. "Ik kijk altijd naar de oren van mensen. Zie ik daar goud dan weet ik dat het goed gaat."

Rick Volkers, directeur en eigenaar van Volkers BV, een bedrijf in verpakkingen, is voor de derde keer mee naar Benin. Sinds 2011 is hij lid van Katakale. De eerste keer reisde hij alleen mee. De tweede keer ging zijn vrouw Elsbeth mee en nu in 2018 zijn hun kinderen ook mee. De investeerder uit Driebergen weet nog heel goed waarom hij betrokken is geraakt bij The Hunger Project: "Ik kan wel geld storten naar een goed doel of gironummer, maar dan mis ik de binding met de organisatie. Je hebt geen grip op wat er met je geld gebeurt. Bij Katakale heb ik dat wel. Het mooie hiervan is dat wij als ondernemers mee kunnen denken over de strategie bij The Hunger Project en we zien dat het werkt!" Voor Volkers is het van wezenlijk belang om samen op reis te gaan en de aanpak en resultaten van het werk te bekijken. "Als je daar bent dan spreekt het echt, dan zie je pas hoe de situatie in Benin is." Volkers is ook tijdens zijn derde reis onder de indruk van de mensen, vooral van de vrouwen: "Er gaat zoveel power en energie van deze mensen uit, om hun situatie te verbeteren, maar vooral ook om een betere toekomst voor hun kinderen te creëren. Scholing en microkrediet zijn heel belangrijk. Met microkrediet worden mensen gestimuleerd en begeleid om zelf te gaan ondernemen. Zelf een toekomst op te bouwen. Daarin speelt zelfredzaamheid een grote rol!"

Zelf haalt de ondernemer ook veel uit het

netwerk. "Ik vind het heel goed dat ik mijn kinderen kan laten zien wat er nog meer op de wereld is. Maar in het netwerk heb ik ook vrienden gemaakt. Mensen die ik na de bijeenkomsten en reizen van The Hunger Project ook opzoek. We hebben veel herkenbare kwesties waarbij we met elkaar mee kunnen denken."

NIET KLAAR IN BENIN

Het businessplan dat Van Bemmelen en zijn eerste reisgenoten schreven was voor een periode van tien jaar. In die tien jaar bleek dat er toch meer nodig is om zelfredzaamheid te bereiken dan wat in 2008 op papier werd gezet. Want onderweg kreeg The Hunger Project Benin steeds beter inzicht in wat werkt, en wat niet. De aanpak werd verbeterd, waardoor nog meer diepe oorzaken van honger aangepakt konden worden. Van Bemmelen heeft tijdens de reis daarom als missie om de investeerders nog voor een paar jaar aan Katakale te verbinden. Bij elke gelegenheid neemt hij het woord. Hij roemt de mensen van de organisatie, onderstreept hoe veel goud hij in de oren heeft gezien en hoe belangrijk het werk is dat dankzij de leden van de Katakale groep gedaan kan worden. Hij zorgt hij dat hij met een bepaalde ondernemer alleen in een auto zit op weg naar een van de dorpen die bezocht worden. Door steeds op de juiste momenten de nadruk te leggen op wat er nog nodig is lukt het de Loosdrechter vrijwel alle aflopende contracten van de investeerders te verlengen. Wie de drive van de verder gepensioneerd zakenman ziet, weet dat hij de komende jaren doorgaat met het werven van nieuwe ondernemers die mee gaan investeren in het einde van honger in Benin. De koning van Katakale is nog niet uitgeregeerd.





JUSTIN VAN HOOIJDONK, GREEN VILLAGE: "WIJ ZIJN GÉÉN LOCATIE"

Tussen de bedrijfsgebouwen door duik je ineens een groene oase in, die de naam Green Village meteen verklaart. Ter plaatse neemt het verrassingseffect alleen maar toe, ook binnen, maar dat vormt slechts een beperkt deel van het verhaal. Overal proef je de bevlogenheid om een vergadering, een congres of een ander evenement een invulling te geven die verder gaat dan een opdrachtgever kan formuleren.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN

De verf staat bij wijze van spreken nog uit te harden als ondernemer Justin van Hooijdonk ons rondleidt door Green Village in Nieuwegein, een zakelijke ontmoetingsplek omringd door een rijkdom aan groen en zelfs een parkje. "Sinds we als horecafamilie in 2006 deze accommodatie overnamen, hebben we er steeds van alles aan verbouwd en gerestyled, maar nog nooit zo ingrijpend als nu." Ooit bevond zich hier het clubhuis van een golfbaan, waarnaar de 'tuktuks' die de gasten vervoeren nog met een knipoog verwijzen. Nu stap je er in een wereld die zich richt op het behagen van het bedrijfsleven, maar niet op de traditionele manier. Je kijkt je ogen uit naar de waanzinnige decoratie, met hier en daar een vleugje extravaganza, die een stille hint geeft naar het prettige eigenwijze karakter van Green Village en haar team. Ondertussen vergeet je dat je in de

directe nabijheid bevindt van de snelwegen A12 en A27, met OV-mogelijkheden op loopafstand.

MOOIWEERGARANTIE

Terwijl we vanaf één van de terrassen naar het koetshuis in landelijke stijl staren, vestigt Van Hooijdonk de aandacht op de jongste aanwinst van zijn accommodatie: een unieke orangerie met een nostalgisch lantaarndak en rondom glaswanden die zich volledig laten openen. "Daarmee geven we een mooiweergarantie af. Binnen en buiten smelten samen; je kunt bij wijze van spreken gewoon barbecueën in de regen, zonder nat te worden." Green Village beschikt over elf zalen, allemaal met akoestiekniveau nul, waarmee ze geen geluid naar buiten uitstralen. "Er geldt daarom geen tijdslimiet voor bedrijfsfeesten. Voor dat soort gele-

gheden kunnen we groepen tot 500 man ontvangen, terwijl we voor vergaderingen, presentaties, congressen en andere formele bijeenkomsten zijn ingericht op aantallen tot 250 gasten, in een heel intieme setting. Op zolder bevinden zich twee boardrooms voor kleinere gezelschappen."

BRANDING INTEGREREN

Toch vormt de plek slechts een schakel in het geheel. "Ik zeg wel eens: 'We zijn géén locatie.' Dat associeer je namelijk alleen met gebouw om bijeen te komen en wij doen veel meer dan slechts ruimtes exploiteren", geeft Van Hooijdonk aan. "Alles regelen we in eigen beheer voor onze opdrachtgevers, van catering en logistiek tot licht, geluid, decoratie en het inwilligen van speciale wensen. Full-service, dus, met een eventmanager die alles regelt en exclusiviteit. We werken



namelijk uitsluitend voor besloten groepen. In de ambiance kunnen we de branding van een bedrijf volledig integreren, tot en met het logo of een foto in een kopje cappuccino. Vanuit een lange ervaring hebben we oog voor het soort bijeenkomst, het type klant, de mix van het gezelschap en de branche. Wat wij nu zo mooi vinden, is om de invulling van het programma volledig daarop af te stemmen. Je kunt je voorstellen dat een bouwbedrijf liever een andere culinaire invulling ziet dan een bankdirectie. Bij een groep met veel op gezondheid georiënteerde gasten stemmen we daar het eten op af en kleden we de ruimten aan met bijpassende elementen. Zomaar enkele voorbeelden van de details waarin we het zoeken. Alleen al de kleur van het licht vormt een belangrijke factor."

EXPERIMENTEREN

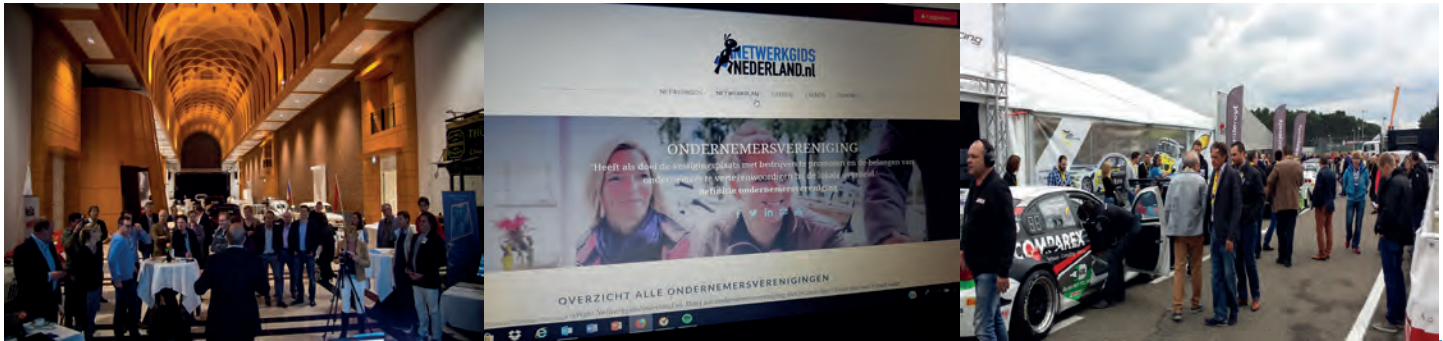
Het team maakt de zaak. Van Hooijdonk: "Wij zien onze medewerkers als de kleur van ons bedrijf. Ze hebben allerlei achtergronden,

waarbij we ook volop kansen geven aan schoolverlaters, in-tweeners en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Als ze met een leuke uitstraling en een enthousiaste mentaliteit binnenstappen, omarmen wij ze. Onze oudste medewerkster is bijvoorbeeld ruimschoots de 75 jaar gepasseerd. Alles wat wij doen, gebeurt met toewijding richting onze gasten, waarbij veel ruimte bestaat voor eigen inbreng. Zo noemen we onze kok vaak 'the rebel chef', omdat hij best een beetje durft te experimenteren. Tegelijkertijd kennen we wel de etiquette, de normen en waarden in de horeca. Iedereen is klassiek geschoold, veelal hier in eigen huis." Dat eigenwijze weerspiegelt zich ook in de wijze waarop Green Village zijn opdrachtgevers adviseert, soms door ze een spiegel voor te houden en te vragen of ze wel écht willen wat ze aangeven. "Vanuit een grote toewijding streven wij ernaar een toegevoegde waarde te bieden en verder te gaan dan de opdrachtgever zijn wensen kan formuleren. We komen altijd wel

met iets extra's op de proppen en draait een evenement eenmaal, dan zijn we in staat om bij onverwachte situaties zodanig te improviseren, dat niemand iets raars merkt. Weet je, we vinden het zó gaaf om mooie dingen te maken."

Nieuwsgierig geworden naar het vernieuwde Green Village of benieuwd naar de mogelijkheden voor jouw business bijeenkomst? Kijk dan voor meer informatie op www.green-village.nl of maak een afspraak voor een rondleiding via 030 – 603 91 14 of info@green-village.nl.

- Overzicht met alle zakelijke netwerken in Nederland
- Netwerktrainingen
- Kortingen op producten en diensten
- Netwerk Events



06-39015100 | info@netwerkgidsnederland.nl | netwerkgidsnederland.nl

Twitter: @netwerkgidsnede | Facebook: @NetwerkgidsNederland.nl | LinkedIn: NetwerkgidsNederland.nl



**Inspiratie, service en beleving
voor een geslaagd evenement!**

Het resultaat telt, toch...?

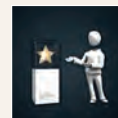
- Centraal gelegen in de bossen
- Gratis parkeren
- Oplaadpunten elektrische auto's
- 22 multi functionele Meetingrooms
- Full service eventondersteuning
- 88 Hotelkamers
- Wellness faciliteiten

Úw event; onze locatie!

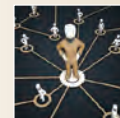
*Oud London Meetings & Events
is samen met Hotel Restaurant Oud
London, Catering Oud London,
Restaurant Hermitage, Golfbaan
Sluispolder, participatie Slot Zeist
Horeca, onderdeel van de Oud
London Horeca Groep.*



Happy Meeting



Product
Presentatie



Netwerken



Informeren



Vieren



Beslissen



Enthousiasmeren



Brainstormen



oudlondon.nl

oudlondon.nl

Oud London

HOTEL RESTAURANT

PROEF DE SFEER!

WOUDENBERGSEWEG 52 | 3707 HX ZEIST | 0343-491341 | [INFO@OUDLONDON.NL](mailto:info@oudlondon.nl) | WWW.OUDLONDON.NL

CLUISTRA NIEUWEGEIN

GOUDEN TIJDEN

VOOR MAZDA

Het gaat goed met Mazda en als de voortekenen niet bedriegen gaat het alleen nog maar beter worden. Dankzij de nieuwe Mazda 6 bijvoorbeeld, maar zeker ook door de nieuwe revolutionaire motoren die volgend jaar hun intrede gaan doen. Jaap Bolt (Mazda-merkverantwoordelijke bij Cluistra Nieuwegein) kijkt er nu al naar uit: "Dat wordt echt het paradepaardje."

Mazda heeft dankzij het inmiddels beroemde KODO-design de laatste jaren de nodige prijzen in de wacht gesleept voor de fraaie ontwerpen die het merk zo kenmerken. De Japanners volgen hun eigen weg, zijn eigenwijs op de juiste manier en borduren bij elk nieuwe model voort op de lijn die is ingezet met KODO-design. "Als je goed kijkt naar het lijnenspel van elk ontwerp, dan zie je een roofdier dat klaar staat om weg te sprinten", weet Jaap Bolt van Cluistra Nieuwegein. "Of het nou een lage auto als de MX-5 is of juist een hoge SUV als de CX-5, je blijft die mooie lijnen erin terugzien."

SKYACTIVE X

Ook onder motorkap spreken de Mazda-modellen altijd tot de verbeelding. De motoren met SkyActive technologie waren al populair, maar volgend jaar komt Mazda met een vervolg op de proppen: SkyActive X. Jaap Bolt: "Dat is eenvoudig gezegd een benzinemotor zonder bougies. Het dieselpincipe dus eigenlijk, maar dan in een benzinemotor. Het maakt de motor nóg zuiniger dan 'ie al is. Andere merken realiseren dat door met een kleine motor te komen die ze vervolgens helemaal volstoppen met turbo's, maar Mazda borduurt liever voort op de huidige technologie die net zo zuinig is en steeds verder verfijnd wordt. De benzinemotor krijgt de efficiëntie van een dieselmotor. Dat gaat echt een paradepaardje worden." De verwachting is dat de motor voor het eerst beschikbaar zal zijn bij de introductie van de nieuwe Mazda 3, in 2019.

LUXE

Ander nieuws dat er aan zit te komen bij Mazda is de fonkelnieuwe Mazda 6, die naar verwachting ook bij Cluistra Nieuwegein vanaf juli in de showroom zal staan. Dat belooft een Japans luxepaard te worden,

weet Jaap Bolt: "Er is bij 'de 6' voor een heel nieuwe opzet gekozen. Er is één basisuitvoering, waarbij nog gekozen kan worden uit een tweetal pakketten voor als je nóg meer wilt. Opvallend is dat de basisuitvoering al voorzien zal zijn van zaken als een head up display, adaptive cruise control, navigatie en alle moderne veiligheidssystemen die er vandaag de dag zijn. Bij andere merken zie je dat alleen bij de meest luxe uitvoeringen, bij Mazda hoort het dus bij de basis."

PERFECTE HARMONIE

Het past bij het merk dat Mazda is. Hoge kwaliteit, fantastische afwerking en een schitterend design, mede doordat het ontwerpen van de auto's als een kunstvorm wordt benaderd. De slogan van het merk – 'Drive together. Mens en machine in perfecte harmonie' – zegt eigenlijk alles, geeft Bolt aan: "Elke kilometer die je rijdt heb je namelijk plezier. Iedereen begrijpt je keuze en iedereen vindt de ontwerpen mooi. Daarbij is ook de prijs-kwaliteitverhouding echt goed. Die verhouding wordt overigens nog beter met de scherpe acties die we hebben tot eind juni van dit jaar. Een gratis trekhaak bij de CX-5 bijvoorbeeld en een automaat voor slechts 1000 euro extra in de CX-5 en CX-3. En bij dat

voordeel kun je ook nog een inruilbonus van 1.500 euro optellen."

LEASE

Het verklaart allemaal de populariteit van de Mazda's, ook in zakelijke en private lease. "Dankzij de enorme restwaardes doet Mazda het goed in de lease", legt Bolt uit. "De ANWB heeft Mazda uitgeroepen als het merk met de hoogste restwaarde en door die hoge restwaarde krijg je gunstige leasetarieven. Een CX-5 heb je bijvoorbeeld al vanaf 429 euro per maand in private lease. Daar heb je dan echt héél veel auto voor."

PRIJS

Onlangs mocht het team van Cluistra Nieuwegein uit handen van Strix Lease Service een prijs in ontvangst nemen waar het trots op is. "We zijn verkozen tot beste onderhoudsbedrijf van het eerste kwartaal van 2018", vertelt Jaap Bolt trots. "Het ondersceeft voor ons dat klanten niet alleen voor hun aankoop bij ons terecht kunnen, maar hier ook daarna nog in goede handen zijn."

Meer informatie: www.cluistra.nl/mazda



Jaap Bolt



CLAXION STELT TRANSPARANTIE EN ZEKERHEID VOOROP

LEASEN ZONDER VERRASSINGEN

Een moedige stap was het vorig jaar, een leasemaatschappij starten in een aardig dichtgetimmerde markt. Jurjen Eisma en Bert Haalboom hadden met Claxion echter een duidelijk doel voor ogen: leasing transparant maken en klanten zekerheden geven, waarbij het recent verkrijgen van het Keurmerk Private Lease een mooie aanvulling betreft.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN

FOTOGRAFIE: CLAXION E.A.

"Het Keurmerk Private Lease vinden we erg belangrijk, om richting de buitenwereld een stukje professionaliteit uit te stralen," zegt Haalboom. "We dragen dit label sinds 1 mei jongstleden, na een intensieve audit. Allereerst mag de klant rekenen op faire, heldere algemene voorwaarden, tot stand gekomen in samenwerking met de Consumentenbond. Wat gebeurt er bijvoorbeeld als je je contract niet uitdient? Dat vind je duidelijk omschreven terug, net als de opbouw van de leaseprijs. Het contract

behelst altijd afschrijving, onderhoud, reparatie, motorrijtuigenbelasting, verzekering, pechhulp en vervangend vervoer. Verder bekijken we samen met de klant hoeveel hij kan en wil betalen, met een bescherming tegen te hoge financiële lasten. Daarnaast geldt een bedenktijd van veertien dagen en biedt het Keurmerk Private Lease bij klachten de mogelijkheid deze aan een onafhankelijke geschillencommissie voor te leggen."

BIJZONDERE TOEGEVOEGDE WAARDE

In de wijde regio heeft Claxion, gevestigd in De Klomp, zijn plek verworven als betrouwbare speler in de leasemarkt. "Klanten waarderen vooral dat we openheid van zaken geven omtrent de algemene voorwaarden," weet Haalboom. "Een startprijs kan aantrekkelijk lijken, maar als de leasemaatschappij het tarief periodiek opschroeft, pakt het financiële plaatje op den duur een stuk ongunstiger uit dan begroot. Wij handhaven het tarief van begin tot eind, behoudens ver-

Wim Elbertsen (Elbertsen Totaalbouw) "Geen omkijken naar"

Gedeeltelijke en complete verbouwingen van woningen, daarop concentreert Elbertsen Totaalbouw uit Ede zich, aangevuld met nieuwbouw van schuren en dergelijke. "Met name projecten bij particulieren, zoals badkamers en veranda's," vertelt Wim Elbertsen, die het bedrijf zes jaar geleden oprichtte. Hoewel van huis uit timmerman beheerst hij vrijwel alle disciplines. "Ik werkte in het verleden in dienst van kleine bouwbedrijven, waar ik eigenlijk alles moest doen." Elbertsen besloot vorig jaar voor het eerst een bestelwagen te leasen, een verlengde Renault Trafic. "Aan mijn vorige, gekochte bus kwamen allerlei onkosten en daar wilde ik vanaf. Nu heb ik er totaal geen omkijken naar. Als klant van Bosch Car Service de Vallee kende ik Bert Haalboom al, die altijd een goede service levert, dus hoefde ik over de keuze voor Claxion niet lang te twijfelen. De Trafic bleek een betaalbaar model en ik kan er grote houten platen in kwijt, zonder dat ik meteen in een heel grote bestelwagen kom te zitten. Bert begeleidde mij uitstekend in het leasetraject, ook bij het selecteren van de opties. Een prettig contact."



Gert-Jan Schoot (Puur Blauw) "Allebei puur, dat matcht"

Na het faillissement van de Lake Side-keten zag franchisenemer Gert-Jan Schoot begin april kansen om de winkel in Veenendaal zelfstandig voort te zetten. "Onder de naam Puur Blauw, met een assortiment vrijetijds-mode in het middensegment. Ik blijf geloven in het concept van een fysieke winkel, mits je een onderscheidend vermogen biedt in de vorm van service en gastheerschap. Dat laatste heb ik in mijn horecaverleden meegekregen." Eenzelfde servicegraad ervaart Schoot bij Claxion. "Ik kwam jaren geleden bij toeval bij Bosch Car Service De Vallee terecht, nadat ik verkeerd getankt had. Bert Haalboom hielp me direct en ik hoefde alleen de extra brandstof af te rekenen. 'Mijn volgende leaseauto haal ik zeker bij jou,' zei ik tegen hem. Wat voor mij meespeelde, was zijn ondersteuning van onze Feel Good-modeshow voor mensen met een beperking. Toen hij met zijn eigen leasemaatschappij begon, mocht hij mij als één van de eerste klanten noteren. Samen zochten we een Toyota Auris Touring Sports uit, zuinig en ruim voor mijn gezin. Wederom blijkt de service top. Als ik naar het moment van onderhoud informeer, blijkt het al ingepland en hoef ik alleen maar aan te geven wanneer precies. Uit zichzelf en zonder het door te belasten werkt Bert kleine krasjes weg. De gunfactor over en weer zie je terug in onze gezamenlijk ontwikkelde cadeaubon voor klanten van Bosch Car Service De Vallee en Claxion, te besteden bij mij in de zaak. We zijn allebei puur en dat matcht."



Theo van den Dungen (Huis & Hypotheek Veenendaal, Fier Bemiddeling) "Hetzelfde DNA"

Sport brengt mensen bij elkaar, ook ondernemers. "Vanuit betrokkenheid over en weer bij voetbalvereniging VRC kennen wij Bert Haalboom van Claxion," vertelt Theo van den Dungen, samen met Dave Smits eigenaar van Fier Bemiddeling, een bureau dat zich op de sportmarkt richt. "We koppelen partijen aan elkaar die daar zakelijk baat bij hebben, zoals bedrijven die zichzelf meer op de kaart willen zetten en verenigingen die hun sponsorbeleid willen aanpassen. Om dat te stimuleren, organiseren we netwerkevenementen. Daarnaast ben ik partnermanager bij Huis & Hypotheek Veenendaal, eigendom van Dave. Als adviseur onderscheiden we ons in de markt doordat we onafhankelijk samenwerken met dertig verschillende geldverstrekkers en doordat we aanvragen zeer snel kunnen behandelen, zonder het persoonlijk contact met de klant te verliezen. Sterker nog, dat blijft het speerpunt en dat zien we ook terug bij Claxion, iets dat we zeer waarderen. We hebben hetzelfde DNA, zeg maar. Bert valt altijd direct te bereiken en staat meteen paraat, als het moet zelfs 's avonds. Hij zit bovendien echt aan de advieskant, bijvoorbeeld door tijdig een signaal te geven wanneer je het jaarkilometrage overschrijdt. Binnen Huis & Hypotheek Veenendaal hebben we een Peugeot lopen via Claxion en zelf rijd ik in een Mitsubishi Outlander, tot volle tevredenheid. In de toekomst zullen we zeker ook de andere auto's daar onderbrengen."



anderingen in de motorrijtuigenbelasting. Als het gaat om het afwijken van het afgesproken kilometrage, zorgen we ervoor dat de klant niet aan het eind van de rit voor verrassingen komt te staan. We houden het van jaar tot jaar in de gaten en geven tijdig een signaal als een contractaanpassing verstandig is. Die adviesfunctie hoort bij ons, vinden wij. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor het meest passende eigen risico." Een bijzondere toe-

gevoegde waarde van Claxion schuilt in de mogelijkheid (maar geen verplichting) om alle onderhoudswerkzaamheden, dus ook bandenservice, schade- en ruitherstel, onder één dak uit te voeren. Dat gebeurt bij Bosch Car Service De Vallee, het andere bedrijf van Haalboom. "Dat houdt de lijnen kort en de klant weet zeker dat we niet op betrouwbaarheid en veiligheid besparen. Trouwens, we verkopen daar ook nieuwe en gebruikte

auto's." Natuurlijk zegt de mening van klanten over Claxion nog meer, daarom laten we drie ondernemers aan het woord.

Meer informatie: www.claxion.nl

"De robot bestaat al zolang de eerste auto wordt geproduceerd. Zonder deze industrialisering hadden wij nooit onze smartphones gehad", aldus Peter-Paul de Wildt.



ROBOT BIJ DE RECEPTIE OF IN HET VERZORGINGSHUIS

Allrobots uit Veenendaal verkoopt een bijzonder product. Robots zijn een waardevolle aanvulling voor diverse bedrijven, bijvoorbeeld bij recepties of in de zorg of beveiliging.

TEKST: MARLIES DINJENS

Veenendaal telt sinds vorig jaar een heel bijzonder bedrijf: Allrobots van Peter-Paul de Wildt. Al twintig jaar is hij actief in de mechatronica met Fix Trade, tot hij vanuit Azië gevraagd werd om servicepunt te worden voor robots op de Europese markt. AllRobots verzorgt de installatie, service en het onderhoud van twee soorten robots: Amy en Sanbot. Robots met menselijke trekjes, die echt kunnen communiceren en zelfstandig functioneren. Een heel spannende branche om actief in te zijn. "Deze robots zijn eigenlijk pas twee jaar echt geschikt voor de markt en de ontwikkelingen gaan razendsnel", zegt De Wildt. "En over een paar jaar zal alles er weer anders uitzien."

De robots kunnen op veel terreinen worden ingezet, bijvoorbeeld in het onderwijs, de zorg, toerismebranche of in de industrie en beveiliging. Maar vooral horeca en entertainment zijn uitermate geschikt.

MET ROBOT NAAR DOCHTER BELLEN

Klanten kunnen bij Allrobots vanaf 3500 euro een robot kopen en ook bestaat de mogelijkheid tot leasen voor de hogere prijsklassen. Daarbij hebben ze de keuze uit robot Amy en Sanbot. Bij deze fabrikanten zijn ook meerdere modellen verkrijgbaar. Amy is een robot die vooral kan fungeren in de zorg en entertainment. Ze heeft een hoofd in de vorm van een iPad en verplaatst zich op wielen. "Oma kan met Amy praten en bijvoorbeeld vragen of ze haar dochter belt in Canada. Vervolgens krijgt ze op het scherm van Amy haar dochter te zien via bijvoorbeeld een Skypeverbinding." Ook kan Amy via internet alles opzoeken en onder andere mondeling boodschappen bestellen. "Van een liedje van André Rieu tot een filmpje over apen, ze tovert ze binnen een paar seconden tevoorschijn." Behalve voor entertainment en gezelschap kunnen deze zorgrobots verschillende gegevens van de patiënt monitoren, zoals hartslag en bloeddruk en deze doorgeven aan een toezichthouder. "In de zorg zijn medewerkers erg enthousiast

over het gebruik van robots. Uiteraard zal het persoonlijk contact ook in deze branche altijd erg belangrijk blijven."

MENSELIJKE TREKJES

Amy is ook al te vinden in recreatieruimtes voor gehandicapten, geriatrische afdelingen voor dementerenden en in musea. "Ze loopt dan rond als host en beantwoordt vragen." Tot groot genoegen van de bezoekers, die het van jong tot oud even leuk vinden. "Kinderen gaan op hun knieën voor de robots zitten en ook volwassenen kijken met veel belangstelling." De Wildt is nu ook in gesprek met dierentuinen, waar de robots bij de recepties kunnen worden ingezet. De eerste proeven lopen. "Zo kunnen bezoekers mededelingen krijgen of informatie opvragen over specifieke onderwerpen in de dierentuin. Het grote verschil tussen een robot en een informatiescherm is de interactiviteit en het menselijk aspect. Dat maakt het aantrekkelijk."

GEK OP GADGETS

In Azië is het gebruik van robots al veel normaler dan in Nederland. "Ze zijn daar gek op gadgets en niet bang voor deze nieuwe ontwikkelingen. Robots zijn al actief op vliegvelden als bewaking, in hotels voor het inchecken en service en zorgcentra voor entertainment en informatie." In Nederland zijn de reacties op de inzet van robots soms nog huiverig maar over het algemeen erg positief. "De angst dat robots dingen uit

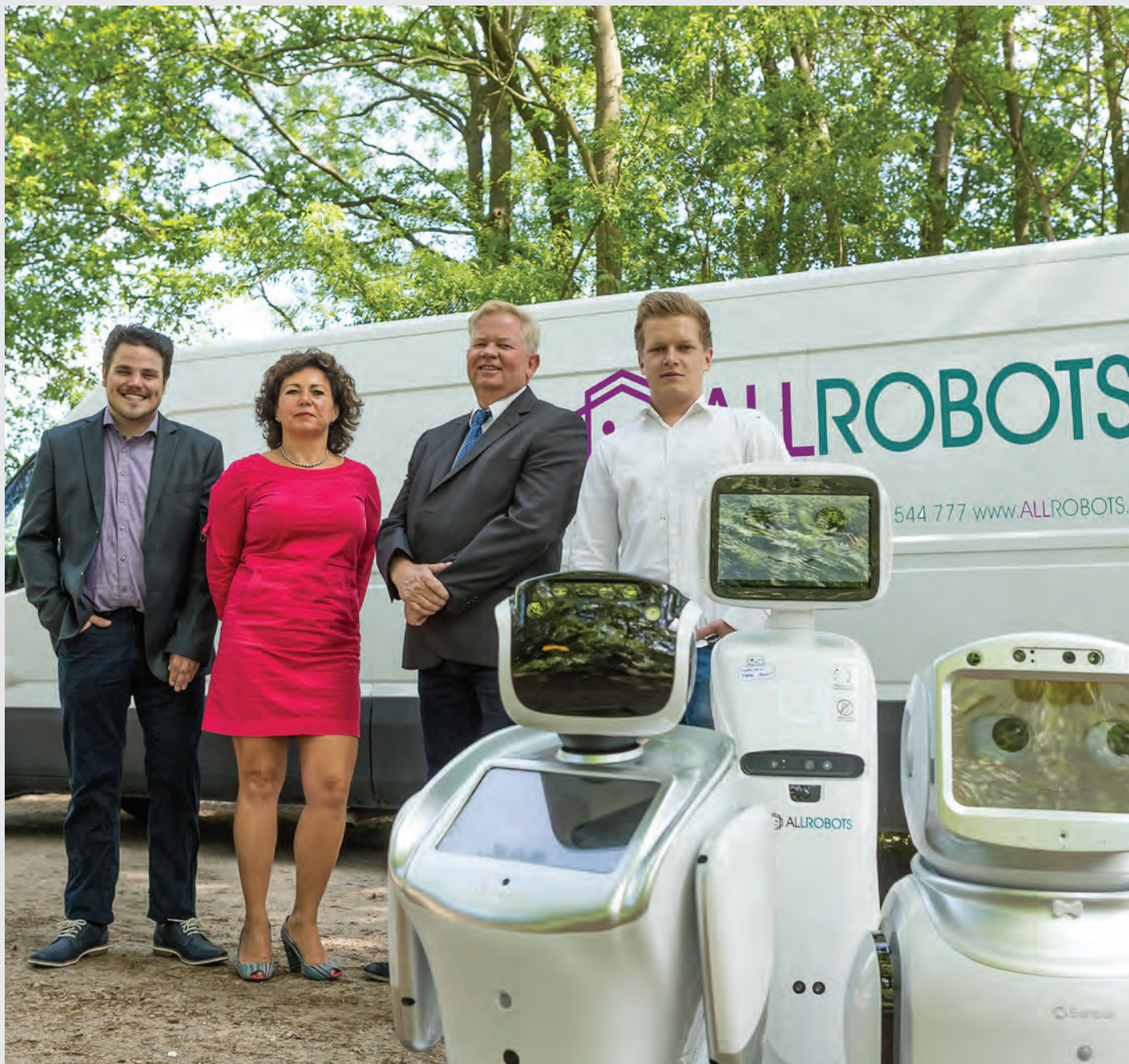
zichzelf gaan doen is nu technisch niet reëel." De robots die wij verkopen, werken via internet en zijn geprogrammeerd om met vraag en antwoord te werken." Robots zijn geen vervanging, maar juist een aanvulling op het huidige personeelsbestand, benadrukt De Wildt. "Ik was laatst in een museum en daar kreeg ik van sommige personeelsleden negatieve reacties op de robots. Ze waren bang dat robots hun baan in zouden pikken. In dat geval is het tegendeel juist waar. Een robot kan bijvoorbeeld eenvoudige vragen beantwoorden, bijvoorbeeld waar het toilet is. Dan hoeft een receptionist die vraag niet zestig keer te beantwoorden."

SANBOT BIJ DE RECEPTIE

De tweede robot in het assortiment is Sanbot, met een touchscreen tablet in zijn borst en infrarood sensoren aan zijn voeten. Aan de achterkant van het hoofd zit een HD-projector. De robot kan worden bediend via een app, bijvoorbeeld vanaf een tablet. Deze robot kan taken uitvoeren van beveiligers of receptionisten. "Een administratiekantoor heeft deze robot staan als vervanging van een receptioniste, omdat hier geen budget voor was. Klanten kunnen nu wel worden begroet en aangemeld. De robot kan echt communiceren met de klanten en als ze door middel van gezichtsherkenning gescand zijn, opent de robot de deuren." De robots zijn daarom ook geschikt voor de horeca. "Ze kunnen langs de tafeltjes rijden

Robots leasen

Robots zijn te koop vanaf 3500 euro bij AllRobots of kunnen worden gehuurd via een leasemaatschappij. Hierover maakt het bedrijf binnenkort meer informatie bekend. Bij een leasecontract worden de robots binnen enkele jaren weer vervangen door nieuwe exemplaren en onderhoud is inclusief evenals updates en service. In een wereld waar de techniek steeds verbetert, is dat erg handig. De robots functioneren op oplaadbare batterijen en zonnecellen. Kapotte robots worden zo veel mogelijk gerepareerd c.q. vervangen, zodat ze lang meegaan en duurzaam zijn. Maar of een robot ooit honderd zal worden, dat blijft de grote vraag!



38

en extra bestellingen opnemen, die de ober vervolgens komt brengen." In Azië maakt 'Pizzahut' al gebruik van robots. Op een promotiefilmpje is te zien hoe een dame bij een sprekende robot haar bestelling doorgeeft, informatie vergaart over de producten en afrekent om daarna het eten op te halen bij de counter.

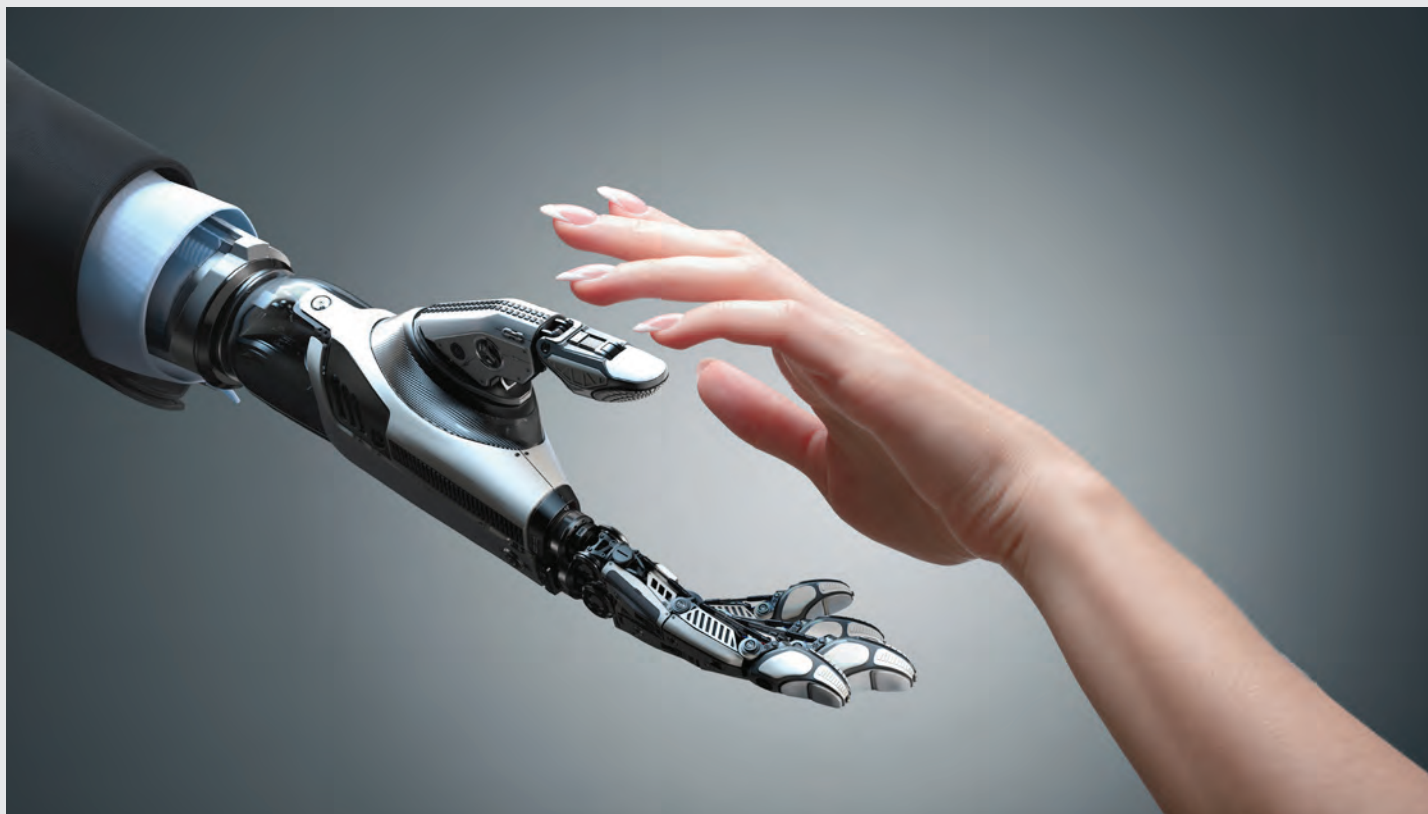
Robots van Sanbot beveiligen nu verschillende bedrijven. Met een 3D-camera wordt de inventaris van een bedrijf ingeleerd. Verandert of beweegt er iets dan wordt dit meteen gemeld." Deze toepassing wordt nu ook voor musea ingezet.

'EEN ROBOT KAN OOK ZORGEN VOOR ENTERTAINMENT, BIJVOORBEELD DOOR MET DE KINDEREN EEN DANSJE TE DOEN'

TOEKOMSTMUZIEK

Allrobots is voorzichtig gestart met het aanboren van nieuwe markten binnen de Benelux. Komende jaren verwacht het bedrijf ieder jaar zo'n 800 tot 1500 robots te verkopen. "Voor ons bedrijf is al veel belangstelling, ook vanuit de media. Nu we alle robots goed getest hebben, willen we onze producten ook graag naar buiten brengen. Die markt is nog redelijk onontgonnen, dus er liggen zeker kansen voor ons." Daarnaast is de ingeslagen

weg een markt die wel vooruit gaat maar niet meer weg te denken is. De toekomst is daarom verzekerd. Wel zal er veel veranderen en blijven veranderen. Dat is een groot voordeel, want de functionaliteiten zullen steeds beter worden en meer uitgebreid. Bij sommige pretparken zullen de lange wachtrijen op drukke dagen binnenkort in ieder geval aangenamer worden dankzij de robots. "Een robot kan ook zorgen voor entertainment, bijvoorbeeld door met de kinderen een



dansje te doen of alvast wat extra informatie over het park te vertellen, een filmpje te laten zien of een speurtocht uit te leggen. Dit maakt het wachten een stuk leuker.”

GAAN DE ROBOTS DE MENS VERVANGEN?

Een vraag die Peter-Paul de Wildt van AllRobots vaak gesteld krijgt is: ‘Raken wij onze banen kwijt aan de robots?’ “Dit is een vraagstelling waar een veronderstelling in zit. Ook bij het op de markt komen van de eerste computers kwam die vraag weer terug”, zegt De Wildt. “Natuurlijk bestaat er een terechte angst voor vervanging van arbeidsplaatsen, maar er komt juist meer voor terug. De robot bestaat al zolang de eerste auto wordt geproduceerd. Zonder deze industrialisering hadden wij nooit onze smartphones gehad.” Het is geen vervangende maar een toege-

voegde waarde in arbeidsrelaties, en dat zal meer en meer blijken, stelt De Wildt. “Denk ook aan onderwater werken op grote dieptes, of ruimtereizen. Maar ook in onze samenleving, een veilig gevoel of een aanvulling als compagnon. Uit recente onderzoeken is gebleken dat ook mensen met een stoornis in het autistisch spectrum erg goed reageren op robots, maar ook ouderen zijn ‘nu al’ blij met de komst van deze onschuldige oplossingen. De mens vervangen? Ja, op voor ons te moeilijke taken. Nee, daar waar een ober, verpleging, geestelijke zorg, aandacht of andere vormen van ‘care’ nodig is, zal de mens altijd gewenst blijven.”

“Natuurlijk verschuift de arbeidsmarkt. Havenarbeiders zijn vervangen door geautomatiseerde container transporten. Dit heeft veel vereenvoudigd en werkgelegenheid

gebracht”, vervolgt hij. “Mijn grote zorg gaat uit naar de stemmingmakerij, met name door de vragenstellers en door betweterige onwetendheid, en het gevecht van de wetenschap tegen de stemmingmakers.”

VOORTSCHRIJDENE TECHNOLOGIE

De voortschrijdende technologie zorgt ervoor dat oplossingen komen die de mens als hulp kan dienen. Dit zal een aparte industrie creëren met een eigen verdienmodel en dus ook werkgelegenheid. “Ik zal niet ontkennen dat er grote risicofactoren zijn die door fabrikanten en gebruikers moeten worden bewaakt. Er moet wel wetgeving komen. De angst voor robots zal niet vandaag of morgen verdwijnen.”

De nieuwe generatie ouderen is echter al veel meer bekend met techniek en zal dus beter met robots om kunnen gaan. “Mijn vader is 90 en is actief met een smartphone en die is inmiddels niet meer weg te denken. Reageert hij niet op een appje, dan maken wij ons zorgen en zo maakt het deel uit van ons dagelijks leven. Dat zal voor de toekomstige robot ook zo zijn. Kom je thuis en is de robot stil, dan is er wat (alsof de poes niet thuis is) een soort gemis. Voor de nieuwe generatie ouderen zal het omgaan met een robot veel makkelijker worden, en dat is ook onze voornaamste doelgroep.”

Angst voor robots

De angst voor robots is een natuurlijke reactie; onbekend maakt onbemind. Angst is ook een van onze grootste werkgevers. Verzekeringen, commercie en vele andere branches maken daar gebruik van. De verantwoordelijkheid van de producenten van robots is groot op dat gebied. Zij zijn zeer voorzichtig met het aanbrengen van intelligentie. Wordt deze verkeerd ingezet, dan is wel hun merknaam eraan verbonden. En dat wil je als fabrikant voorkomen.

AllRobots kiest voor robots die weinig risico hebben. “Wij nemen geen robots in ons pakket die een gevaar voor de samenleving zou kunnen vormen. Daarnaast is kunstmatige intelligentie ontzettend moeilijk en vooralsnog zeer onbetrouwbaar”, aldus Peter-Paul de Wildt



WOUDSCHOTEN: NOG BREDER AANBOD AAN FUNCTIERUIMTES

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum staat bekend om zijn unieke ligging in een bosrijke omgeving, maar ook om zijn vele mogelijkheden als het gaat om het faciliteren van congressen, presentaties, trainingen en andersoortige bijeenkomsten. Bij het ruime aanbod aan opties voor een event zoals de plenaire zaal en de grote ontvangsthal is er nu een opmerkelijke aanvulling beschikbaar: de Kapelzaal.

De gerenoveerde kapel is een sfeervolle theaterruimte die bij uitstek geschikt is voor kleinschaliger symposia, presentaties, discussiebijeenkomsten of zelfs feesten en partijen. We spraken hierover met Judith Huizing, Senior Sales Manager van Woudschoten. "Mensen verwachten niet dat je in een conferentiecentrum ook een kapel hebt", zegt Huizing. "Als ik aan geïnteresseerde partijen een rondleiding geef, laat ik de kapel altijd zien, en eigenlijk standaard is de reactie dan: wow!"

ZONDE

De aanwezigheid van de kapel heeft te maken met een stukje geschiedenis van het complex dat vroeger een conferentiecentrum was voor de Nederlandse Christen

Vereniging. "We hebben de kapel tot nu toe nooit echt in de markt gezet als optie voor een event." Maar het was feitelijk zonde om die niet te gebruiken, dus werd een grondige renovatie gestart die eind vorig jaar werd afgerond. Zo werd een nieuwe hardstenen vloer gelegd en is de akoestiek aangepast. Natuurlijk werd ook gezorgd voor state of the art apparatuur en techniek. "Het biedt enorm veel opties en we zijn nog aan het kijken wat er allemaal mogelijk is. Van mediteren tot feestelijke evenementen, dat hangt natuurlijk ook af van de aanvragen die we krijgen."

AANGENAME ERVARING

Bij Woudschoten gaat het altijd om het bieden van een aangename ervaring. "We luisteren altijd goed naar onze klanten,

we gaan in gesprek met alle organisatoren van bijeenkomsten die hier plaatsvinden. Natuurlijk vooraf, om goed af te stemmen wat de wensen zijn voor hun specifieke doelgroep en type bijeenkomst, maar ook achteraf, om hen te spreken over hoe ze het event hebben ervaren. Want de prettige herinnering aan een eerdere bijeenkomst is dan een voordeel bij het plannen van een nieuwe bijeenkomst." Alle reacties worden met het verantwoordelijke team bij Woudschoten besproken en zo komen ze op ideeën om bepaalde ruimtes eventueel aan te passen. "We streven naar het persoonlijk contact met onze klanten en het houdt dus niet op als de mensen weer weg zijn."

GROEN

Die intensieve interactie is ook wel nodig om up to date te blijven, aldus Huizing. "De markt is constant in ontwikkeling, telkens zijn er weer nieuwe trends." Gevraagd naar specifieke voorbeelden van trends in de behoefte of verwachting van de klanten noemt de salesmanager de vraag naar 'groen'. "Even weg zijn van de drukte van de stad, tot rust komen in een bosrijke omgeving. Daar kunnen wij natuurlijk heel mooi op inspelen, we liggen midden in het bos en de Utrechtse Heuvelrug, maar zijn toch uitstekend bereikbaar, met de auto maar ook met openbaar vervoer."

GEZONDHEID

Een andere trend is de vraag naar gezonder eten in combinatie met bewegen. Het viersterren serviceniveau van het hotel staat dan ook garant voor een uitstekende verzorging van de innerlijke mens terwijl het uitgestrekte

landgoed van 46 hectare een breed scala aan opties biedt voor het ontspannen – of juist inspanssen – van de gehele mens. "We zijn heel erg bezig met gezondheid, mindfulness", gaat Huizing verder. "Iedereen is heel druk in het dagelijks leven en als je een training, congres, training of symposium kunt combineren met een stuk ontspanning, dan is dat dubbele winst. Die ontspanning kan variëren van een boswandeling met onze 'eigen' boswachter tot allerlei andere activiteiten zoals handboogschieten, segway rijden, cross country, enzovoort. Daar schakelen we dan onze vaste partners voor in om dat te coördineren en begeleiden. Want dat vereist toch een bepaalde expertise. In principe is alles wat de klant wil doen, door ons te regelen." Het landgoed is zelfs een amfitheater rijk waar bijvoorbeeld voorstellingen kunnen worden gehouden. Door het hele landgoed zijn ook diverse wandelroutes van verschillende lengtes uitgezet die goed zijn

aangegeven. "Zeker bij meerdaagse events is het heerlijk om 's ochtends even te joggen of gewoon te wandelen voordat de zakelijke bijeenkomst of training begint."

Dankzij het gevarieerde en brede aanbod aan zalen en functieruimtes kan Woudschoten ook veel verschillende doelgroepen faciliteren. Met de gerenoveerde kapelzaal kunnen wellicht nog meer doelgroepen worden bereikt.

www.woudschoten.nl





Deelnemers van Sport For Life haalden € 177.777,77 op voor Villa Joep.

42

VILLA JOEP WIL KANS OP GENEZING VERGROTEN

'HELP ONS IN DE STRIJD TEGEN NEUROBLASTOOM KINDERKANKER'

Stel je voor dat je te horen krijgt dat je kind neuroblastoom kanker heeft; een zeldzame vorm van kanker die voornamelijk bij jonge kinderen voorkomt. Ongeveer dertig kinderen per jaar in Nederland krijgen de diagnose neuroblastoom. Zij hebben slechts een overlevingskans van 30 procent omdat hét genezende medicijn nog steeds niet is gevonden.

Het overkwam Rowald en Leontine Steijn, de ouders van een prachtig blond jongetje Joep genaamd, die slechts 4,5 jaar oud is geworden. Na de dood van Joep zijn de ouders Villa Joep gestart als belofte aan hem om alles op alles te zetten om genezing van neuroblastoom mogelijk te maken.

BELOFTE

Deze belofte uit 2003 is uitgegroeid tot een professionele vrijwilligersorganisatie van bijna vijftig vrijwilligers. "Zij zamelen geld in om samen met de Nederlandse onderzoekers het internationale onderzoek naar neuroblastoom te versnellen en de kans

op genezing te vergroten", vertelt Leontine Heisen, bestuurslid van Villa Joep. "Hiervoor is veel onderzoek nodig is, dat alleen door donaties kan plaatsvinden. Villa Joep krijgt geen geld van de overheid om dergelijke onderzoeken te financieren. En door de farmaceutische industrie wordt er geen onderzoek gedaan naar een genezend medicijn." Tot op heden is er via acties en donaties ruim € 10 miljoen ingezameld. Dit geld wordt voor 100 procent besteed aan onderzoek. Er blijft dus niets aan de strijdstok hangen", verzekert Leontine. "Sinds onze start in 2003 hebben wij al veel onderzoek geheel of gedeeltelijk gefinancierd. Een speciale commissie van

internationaal hoog aangeschreven deskundigen beoordeelt de financieringsaanvragen voor op neuroblastoom gericht onderzoek. Met het geld zijn al belangrijke onderzoeksdoorbraken geboekt, maar we hebben ons einddoel nog niet behaald. Villa Joep stopt namelijk pas als er een therapie is tegen neuroblastoom, zodat kinderen van de ziekte kunnen genezen. Om onze ambities te kunnen realiseren is een vaste stroom inkomsten nodig, die jaarlijks licht groeit." Een niveau van €1.0-1.5M per jaar is daarbij de maat voor succes. "Het zou dramatisch zijn dat het onderzoek naar neuroblastoom kanker moet stoppen vanwege geldgebrek."



Ondersteuning door de Vereniging van Exclusieve Sportcentra (VES) is de afgelopen jaren een belangrijke pijler geweest die ook in de toekomst belangrijk blijft.

PARTNERS

De bekendheid van Villa Joep en neuroblastoom is in de afgelopen jaren sterk gegroeid. Met de 'Geef Leven'-reclamecampagne is voor een waarde van miljoenen euro's gratis reclame gegenereerd, via tv-spots, advertenties in kranten, een speciale tram, billboards, lichtborden enabri's door het hele land. En de Villa Joep Olifant is inmiddels een populair 'goede-doelen-product'. "Daarnaast hebben we sinds kort een aantal BN-ers die als ambassadeur de boodschap van Villa Joep gaan verkondigen. Richard Groenendijk is een van die ambassadeurs." Inmiddels kan Villa Joep rekenen op de steun van honderden ambassadeurs, donateurs en partners. Jaarlijks organiseren zij ruim honderd acties en evenementen in het land om geld bijeen te brengen en zo de versnelling vast te houden. "Elke steun of bijdrage, in welke vorm dan ook, is welkom", zegt Leontine. "Het draait niet alleen om geld. Zo zijn onder meer Accountbureau BDO, Rabobank, Van der Valk Hotels en Media Info Groep partners die Villa Joep bedrijfsmatig ondersteunen. Hun bijdrage is erg noodzakelijk en eigenlijk niet in geld uit te drukken", benadrukt Leontine. "Steeds meer bedrijven worden in het kader van Maatschappelijk Betrokken Ondernemen, partner van Villa Joep omdat ze weten dat 100 procent van hun steun en/of het ingezamelde geld naar onderzoek gaat. Bedrijven die partner zijn of willen worden, profiteren vooral van de publiciteit die Villa Joep genereert in de landelijke en lokale pers, nieuwsbrieven, website enz. Verder worden ze betrokken bij ons netwerk van organisaties en bieden we ze de mogelijkheid voor een

rondleiding in het onderzoekslaboratorium om te kijken waar hun bijdrage aan wordt besteed. Alleen met behulp van alle partners, donateurs en ambassadeurs, die we beschouwen als medespelers, kunnen we de strijd naar genezing van neuroblastoom kanker winnen", aldus Leontine.

TOEKOMST

"De komende jaren zullen wij toenemend aandacht besteden aan fondsenwerving bij of in samenwerking met professionele organisaties, stichtingen en bedrijven. Een specifiek op zakelijke fondsenwerving gericht

team zal hierin het voortouw nemen. Ondersteuning door de Vereniging van Exclusieve Sportcentra is de afgelopen jaren een belangrijke pijler geweest die ook in de toekomst belangrijk blijft. Al tien jaar werken wij samen en zijn wij 2,7 miljoen euro VES opbrengst verder! In mei zullen speciale acties plaatsvinden rondom de opening van het Prinses Máxima Centrum in Utrecht waar zorg en onderzoek samenkomen." Leontine noemt het een uniek centrum in de wereld waar niet alleen zieke kinderen behandeld, maar ook onderzoek naar kinderkanker wordt gedaan. "Er zijn veel verschillende soorten kinderkanker. Elk soort komt weinig voor, waardoor er specifieke kennis nodig is voor de behandelingen. Op dit moment vinden onderzoek en behandeling plaats in zeven verschillende universitaire ziekenhuizen. Door de versnipperde aanpak is het lastig om kennis en ervaring op te bouwen en specialisten op te leiden. Met de opening krijgt Villa Joep tevens een eigen plekje in het PMC. Deze plek bemannen we een aantal dagdelen per week. Waardoor we eerder en beter contact te kunnen leggen met families, contact met lotgenoten en gerichte informatievoorziening. Doe mee met Villa Joep, want wij geven de kinderen weer een toekomst", zegt Leontine tot slot.

www.villajoep.nl



De Villa Joep Olifant is inmiddels een populair 'goede doelen product'.

ZAKELIJK WOERDEN

LUNCH - DINEERT - VERGADERT BIJ:



Resturant De Markies:

Koffie - Borrel
Lunch - Diner - Vergadering
Feestavond - Huwelijk
Condoleance - Partycatering

Zakelijk & Privé

van 2 tot 300 personen

Voor meer informatie zie:

www.restaurantdemarkies.nl



ZAKENAUTOTESTDAG

ZAKENAUTO'S VOOR

HET VOETLICHT

De Zakenautotestdag van Utrecht Business is uitgegroeid tot een vaste waarde voor regionale autoliefhebbers. Het evenement heeft een beproefde formule; dealers van verschillende merken stellen actuele modellen ter beschikking, ondernemers testen deze auto's en leggen hun bevindingen vast. Ook dit jaar was sprake van een gevarieerde én verrassende automix met voor bijna iedereen wat wils. Met dank aan dealers, deelnemers én de deelnemende locaties natuurlijk!



45



DEELNEMENDE LOCATIES

- Slot Zeist
Zinzendorflaan 1
3703 CE Zeist
www.slotzeist.nl
- 't Wapen van Haarzuilen
Brink 2
3455 SE Haarzuilen
www.wapenvanhaarzuilen.nl

EIGEN KIJK, EIGEN KRACHT

Mazda zet opnieuw de toon.

De nieuwe Mazda CX-5.

Onvergelijkbare rijeigenschappen.

Met een unieke kijk op comfort.

Uitzonderlijk afgewerkt
van buiten en van binnen.

Kloppend in elk detail.

DRIVE TOGETHER



Mazda CX-5

vanaf € 31.990,-

netto bijtelling vanaf € 233,- per maand



Gemiddeld verbruik Mazda CX-5 van 5,0 tot 7,1 liter per 100 km / van 20,0 tot 14,1 km per liter / CO₂-uitstoot van 132 tot 162 g/km. Prijzen incl. BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijzen excl. metallic/mica lak en eventuele opties. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. Prijswijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en voorwaarden: www.mazda.nl



ANDERE INSTEEL BIJ AUTOBEDRIJF KNOOP OMGEKEERD DENKEN

Over het algemeen onderscheiden Mazda-dealers zich van nature al, want bij een merk met een eigenwijs tintje past een dito organisatie. Autobedrijf Knoop heeft zich na een managementtraject een nieuwe basishouding aangepast, waarin niet langer het proces, maar de klantbeleving het uitgangspunt is. Een vorm van omgekeerd denken.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN
FOTOGRAFIE: AART VAN DER HAAGEN, KNOOP

Klanttevredenheidsscijfers zeggen niet alles, maar wel veel, dus mag je waarde hechten aan het feit dat Autobedrijf Knoop onder 400 reviews op www.klantenvertellen.nl een 9,1 als gemiddelde scoort. Marktleider in Nederland op het gebied van klantbeoordelingssystemen. Overigens praten we over twee vestigingen, namelijk een Mazda-dealerschap in Maarssen en een James Autoservice in Breukelen, waar de broers Hans en Arie Knoop aan het roer staan. Ook hun respectievelijke zonen, Joery en Jermy, blijken in de zaak actief. "Naast de Mazda-activiteiten bieden we op beide adressen universeel onderhoud aan alle merken aan, waarop we qua equipment en kennis volledig zijn ingericht," vertelt Hans Knoop. "Handig bijvoorbeeld voor wagenparkbeheerders die meerdere soorten auto's in hun vloot hebben en graag samenwerken met één vaste mobiliteitspartner, die ervoor zorgt dat de medewerkers van het bedrijf altijd mobiel blijven. Om een voorbeeld te geven: mochten al onze leenauto's elders rondrijden, dan zetten we een betrouwbare en representatieve occasion op naam en in de verzekering."

VOERTUIG CONDITIE CHECK

In een tijd waarin niet alle auto's zo bedrijfszeker blijken als hun imago soms doet vermoeden, blijft Mazda eruitspringen met extreem lage storingspercentages in betrouwbaarheidsstatistieken. Om de zekerheid van mobiliteit verder te versterken, werkt Autobedrijf Knoop in Maarssen met de Voertuig Conditie Check, speciaal interessant voor wagenparkbeheerders. Hans Knoop: "Bij elke beurt verstrekken we de klant via app of e-mail een PDF met een compleet overzicht van de gecontroleerde punten, inclusief een overzichtelijke samenvatting en splitsing van de dingen die direct dan wel op termijn aandacht behoeven. Daarop kan de klant dan anticiperen. Sinds enkele maanden verduidelijken we een en ander met een filmpje, waarin de monteur de diverse aspecten in beeld brengt. Vervolgens belt de receptionist de klant na om alles te bespreken en waar nodig nader uit te leggen."

NIJENRODE

Het team inclusief het management van Autobedrijf Knoop haalt volgens Hans Knoop meer voldoening uit dienstverlening met het oog op een langetermijnrelatie dan op

snel hoge omzetten behalen. Een loffelijk streven en het blijft niet bij loze woorden, zo blijkt wanneer de mede-eigenaar iets vertelt over een recentelijk gevolgd traject 'Authentiek Leiderschap' bij Nyenrode Business Universiteit, in een gezelschap van twintig Mazda-dealers en met ondersteuning van de importeur. "In een eerdere training bleek ons al dat veranderingen beginnen bij het management. Basis van onze masterclass bij Nyenrode, die een jaar duurde, was een manier van omgekeerd denken: niet meer vanuit de processen, maar vanuit de klantbeleving. Met die insteek ga je je medewerkers begeleiden en de dagelijkse gang van zaken sturen. Het betekent voor ons de klant in het hart van de Mazda-wereld plaatsen en samen met ons team die stip aan de horizon bereiken. Je kunt je mensen niet veranderen, maar ze wel meenemen in een verandering die je samen wilt realiseren, in een veilige en stimulerende omgeving." De positieve energie die Knoop bij zijn relaas uitstraalt, spreekt boekdelen: het fraaie rapportcijfer van hierboven zal er zeker niet lager op worden.

Meer informatie: www.knoopweb.nl

MAZDA CX-3

DEALER: AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSSSEN B.V. **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** SAM MOHAMOUD ALI EN MERIJN SIEMONS

BEVINDINGEN:

"Zeer compleet in comfort en veiligheidssystemen. Zo zijn de Head up display, Lane assist en blind spot sensor echt top!"

"De CX-3 is flexibel, sportief en heeft een precieze besturing, alles wat je mag verwachten van een compacte Crossover"

"De hoge zit is erg prettig en dat zonder in te leveren op wegligging of stuurrespons. Perfect uitgebalanceerd"

"Keurige auto met een fijne automaat. De Sport stand van de automaat maakt wel de bestuurder in jou wakker"

"Alles in deze auto zit op een logische plek. De buitenspiegels geven bijvoorbeeld heel veel zicht door de perfecte plaatsing."

"Goede prijs-kwaliteitverhouding. Zeer complete uitrusting, fijne materialen toegepast, goed afgewerkt en dat voor een mooie prijs."



SPECIFICATIES

Merk: Mazda

Model: CX-3

Type: Skyactiv-G 120 6AT 2WD GT-Luxury

Transmissie: automaat

Cilinderinhoud: 1998cc

Vermogen: 120 pk

Koppel: 204 Nm

Verbruik: 1 op 17,5

Acceleratie: 9,9 seconden (0 tot 100 km/u)

Topsnelheid: 187 km/u

Verkoopprijs: € 31.490,-

Leaseprijs: € 515,- per maand (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 23.990,-

Informatie: www.knoopweb.nl

Testrijders: Ramis Karakas, Victor Beverloo, Maurice Schill

48

MAZDA CX-5

DEALER: AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSSSEN B.V. **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** SAM MOHAMOUD ALI EN MERIJN SIEMONS

BEVINDINGEN:

"Erg positieve eerste indruk. Zeer verzorgd en compleet, met heerlijke comfortabele stoelen. Ik ben ook erg enthousiast over de head up display met projectie in de voorruit."

"Hele mooie auto. De stoelen zijn comfortabel en de hoge zit is heel prettig. Een perfecte luxe gezinsauto. Hij heeft een flinke prijs, maar alles is dan ook wel echt dik en dik in orde."

"Goede prijs-kwaliteitverhouding. Een prima auto en zeker een optie voor de toekomst."

"Het rijgedrag is zeer relaxt en toch sportief. Het interieur is verfijnd vormgegeven met hoogwaardige materialen en goed in balans, net als de mooie kleur Soul Red Crystal."

"De navigatie is goed en de projectie in de voorruit mooi. Ook een erg fijne automaat. Sportieve doch comfortabele rijbeleving. Stoere, energieke en krachtige uitstraling, alleen maar pluspunten."



SPECIFICATIES

Merk: Mazda

Model: CX-5

Type: Skyactiv-G 194 6AT 4WD GT-M

Transmissie: automaat

Cilinderinhoud: 2488cc

Vermogen: 194 pk

Koppel: 258 Nm

Verbruik: 1 op 15

Acceleratie: 9,2 seconden (0 tot 100 km/u)

Topsnelheid: 204 km/u

Verkoopprijs: € 50.890,-

Leaseprijs: € 729,- per maand (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 31.990,-

Informatie: www.knoopweb.nl

Testrijders: Maurice Schill, Ron Henzen, Frans Franssen, Hans Krol, Florian Lem

ZOWEL OPEL ALS HENRI & HERMAN TIMMERT AAN DE WEG

STERKERE ZAKELIJKE PROFILERING

Met ambities op de zakelijke markt bouwt Henri & Herman, de grootste Opel-dealer van Midden-Nederland, zijn activiteiten op dit gebied uit met een groter team van accountmanagers. Dat sluit mooi aan bij de koers die het Duitse merk zelf vaart, waarbij het de stijgende lijn te pakken lijkt te hebben. Wat mag het bedrijfsleven qua producten en dienstverlening verwachten?

TEKST: AART VAN DER HAAGEN
FOTOGRAFIE: OPEL

De naam Henri & Herman mag opvallend heten. Hij draagt in ieder geval een persoonlijke dienstverlening uit, vanuit een benaderbaar bedrijf dat zich met vier vestigingen stevig heeft geworteld in Midden-Nederland. Zowel in Utrecht, Nieuwegein, Bilthoven als Amersfoort staan de personen- en bedrijfswagens van Opel op het menu, terwijl het laatstgenoemde filiaal zich bovendien opwerpt als importeur en dealer van Cadillac en Chevrolet. "Die bieden het neusje van de zalm voor ondernemers die iets écht exclusiefs willen rijden, met een stijl en beleving die afgestemd zijn op de Europese smaak," stelt Dennis Lekkerkerker, accountmanager voor de zakelijke markt. Tot voor kort golden deze Amerikaanse auto's als verre familieleden van de Opel-modellen, maar sinds een jaar valt de Duitse fabrikant onder de Franse PSA Groupe. De eerste effecten daarvan tekenen zich al af, want er ligt meer nadruk op rijcomfort, afwerking en design. "Recente aanwinsten binnen het gamma, zoals de Insignia en de Grandland X, bieden een aantrekkingskracht die niet iedereen direct van

het merk had verwacht," spreekt Lekkerkerker uit ervaring met klanten. "Ook de Astra blijkt goed in de smaak te vallen. Met de Ampera-e, die een in zijn segment vrijwel ongeëvenaarde actieradius van 380 kilometer volgens de nieuwe WLTP-cyclus biedt, bedienen we de markt voor elektrische auto's. Op termijn mogen we meer op dit gebied verwachten, zeker nu Opel de technologie van PSA kan benutten."

POTENTIE OM TE GROEIEN

Met zijn representatieve modellenlijn timmert de Duitse fabrikant stevig aan de weg in het zakelijk segment, maar dealerbedrijf Henri & Herman doet dat in vergelijkbare mate. "We willen ons businesssteam op korte termijn uitbreiden tot tenminste zeven mensen, waarvan vijf in de buitendienst, die elk een eigen rayon beheren," vertelt Lekkerkerker. "Daarbij zullen we het MKB en de grootzakelijke markt meer gaan uitsplitsen, elk met een passende benadering. Als vanouds liggen de aandachtsgebieden bij acquisitie voor nieuwe business en regelmatig contact

met bestaande relaties, door ze afhankelijk van de omvang en de behoeften één tot vier keer per jaar te bezoeken. Dat ondersteunen we met een sterke aftersales, waarbij je kunt denken aan afleveren van auto's op locatie, spoedreparaties op zaterdag, haal- en brengservice en speciale tarieven voor vervangend vervoer. Zulke zaken maken deel uit van het complete mobiliteitspakket dat we bieden, net als leasing, financiering, verzekering, verhuur en laadruimte-inbouw in de diverse bedrijfswagens uit het Opel-gamma. Als we onze eigen ontwikkelingen en de evolutie bij ons volumemerk bij elkaar optellen, dan zien wij genoeg potentie om te groeien op de zakelijke markt. Wij komen graag op de koffie bij ondernemers die daar meer van willen weten."

Meer informatie: opel.henriherman.nl





O P E L D E A L E R

HENRI & HERMAN

DE OPEL GRANDLAND X

Rijklaar vanaf
€ 31.549,-Lease m zakelijk vanaf
€ 449,- p.m.Financiering
€ 332,- p.m.

DE OPEL INSIGNIA

Rijklaar vanaf
€ 32.849,-Lease m zakelijk vanaf
€ 449,- p.m.Financiering
€ 356,- p.m.

MODEL	ADVIES CONSUMENTEN PRIJS	INRUIL / AANBETALING	KREDIET SOM	SLOT TERMIJN	TOTAAL TE BETALEN BEDRAG	LOOPTIJD IN MAANDEN	MAANDLAST	VASTE DEBIT RENTEVOET	JAARLIJKSE KOST PERCENTAGE
Grandland X	€ 31.549,-	€ 10.000,-	€ 21.549,-	€ 5.000,-	€ 25.252,-	61	€ 332,-	4,99%	4,99%
Insignia grand sport	€ 32.849,-	€ 10.000,-	€ 22.849,-	€ 5.000,-	€ 26.716,-	61	€ 356,-	4,99%	4,99%

Dit niet-doorlopend kredietaanbod wordt gedaan door Opel Financial Services, handelsnaam van Opel Finance N.V. te Breda (KvK nr. 24107861, AFM registrernr. 12013025). Het jaarlijks kostenpercentage is de prijsaanduiding van het krediet, hierin worden de totale kosten voor het krediet uitgedrukt als jaarlijks percentage van het totale kredietbedrag. Voor informatie over de voorwaarden en het standaard informatieblad kunt u terecht bij uw Opel dealer, telefonisch bij Opel Financial Services (076-5448932) of kijk op www.opelfinancialservices.nl/particulier. Opel Financial Services behoudt het eigendom van de auto tot het krediet (inclusief de verschuldigde rente) is terugbetaald. Uw Opel dealer en Opel Financial Services geven geen advies, u dient zelf te bepalen of het door u gewenste krediet aansluit bij uw wensen, behoeften en persoonlijke situatie. Uw Opel dealer bemiddelt voor Opel Financial Services (en mogelijk ook voor andere kredietaanbieders) op basis van een contractuele verplichting. Het financieringsaanbod wordt gedaan onder uitdrukkelijk voorbehoud van goedkeuring van de kredietaanvraag door Opel Financial Services. Toetsing en registratie bij het BKR te Tiel. Bedragen zijn afgerond op hele euro's. Rentewijzigingen en drukfouten voorbehouden.

Let op! Geld lenen kost geld O P E L D E A L E R
HENRI & HERMAN
opel.henriherman.nl

Volg ons op:

**Amersfoort
Bilthoven
Nieuwegein
Utrecht**Amsterdamseweg 151
C. de Haasweg 88
Parkerbaan 12
Meijewetering 1Tel. (033) 422 44 44
Tel. (030) 264 34 34
Tel. (030) 604 78 20
Tel. (030) 241 15 15

OPEL GRANDLAND X

DEALER: OPEL DEALER HENRI & HERMAN **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** DENNIS LEKKERKERKER & NIELS VERBEEK

BEVINDINGEN:

"Een leuk model. Rijdt erg fijn. 'Ondanks' de 19" wielen rijdt hij prettig en total niet storend. De stoelen zijn zeer goed, het interieur is lekker stil en het schakelen gaat erg soepel."

"De achteruitrijcamera is erg handig, al helemaal in combinatie met de piepjes van de sensoren."

"Goede prijs-kwaliteitverhouding, al zou in mijn optiek op deze uitvoering wel adaptive

cruise control moeten zitten."

"Al met al een fijne auto, met een prima rijgedrag. De driecilinder motor is heel goed."



SPECIFICATIES

Merk: Opel

Model: Grandland X

Type: 1.2 Turbo Innovation

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.199 cm³

Testrijder: Florian Lem

Vermogen: 96 KW / 131 PK

Koppel: 230 Nm

Verbruik: 1 op 5,4 gecombineerd

Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 11,1

Topsnelheid: 188

Verkoopprijs: € 37.544,-

Leaseprijs : € 599,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 29.804,-

Informatie: www.henriherman.nl

51

OPEL INSIGNIA SPORTS TOURER

DEALER: OPEL DEALER HENRI & HERMAN **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** DENNIS LEKKERKERKER & NIELS VERBEEK

BEVINDINGEN:

"Een lange gezinsauto. Rijdt goed en zit goed, met heel veel ruimte achter de chauffeursstoel."

"Audiomiddelen en navigatie zijn prima, net als de vele elektronische snufjes. De prijs-kwaliteitverhouding is goed."

"Hij rijdt erg goed. Mooi model, maar naar mijn smaak wat veel zwart van binnen."

"De zit is lekker stevig. Wat ook prettig is: het signaal dat je krijgt in je zijspiegels als er iemand naast je rijdt."

"Een degelijke auto met goede opties, maar voor mij met weinig emotie. De 360 graden camera is erg prettig, net als het zitcomfort."



SPECIFICATIES

Merk: Opel

Model: Insignia Sports Tourer

Type: 1.6 CDTI Innovation

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1,598 cm³

Testrijders: Florian Lem, Ramis Karakas, Arjan Overbeeke

Vermogen: 100 KW / 136 PK

Koppel: 320 Nm

Verbruik: 1 op 4,5 gecombineerd

Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 10,7

Topsnelheid: 212

Verkoopprijs: € 48.159,-

Leaseprijs : € 775,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 31.854,-

Informatie: www.henriherman.nl

MUNTSTAD ZIET TOENEMENDE AANWAS ELEKTRISCH RIJDEN

MVO-BEWUSTE KEUZE

Het acceptatieproces van elektrisch rijden maakt grote sprongen. Dat komt enerzijds door financiële prikkels in de vorm van gunstige bijtelling en interessante fiscale aftrekposten, anderzijds door een groeiend bewustzijn op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Muntstad ondersteunt het bedrijfsleven graag in elektrische mobiliteit, met een groeiend aantal mogelijkheden binnen de merken die het vertegenwoordigt.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN

FOTOGRAFIE: MUNTSTAD

Qua auto's steunt Muntstad, met vestigingen in De Meern, Maarssen, Nieuwegein en Zeist, op vijf sterke pijlers: Volkswagen, Audi, SEAT, Škoda en Volkswagen Bedrijfswagens. Die vertonen technisch gezien veel onderlinge raakvlakken, wat de expertise breed toepasbaar maakt. Bijzonder is dat Muntstad in De Meern over een eigen Business Center beschikt, waarover manager Jeroen Suk het een en ander vertelt. "We fungeren als een direct aanspreekpunt voor de zakelijke markt, waarbij onze accountmanagers de grootzakelijke klanten met een wagenpark vanaf pakweg twintig auto's rechtstreeks bedienen rondom hun mobiliteitsbehoefte. Echter, onze binnendienst zit ook klaar om vragen te beantwoorden vanuit kleinere bedrijven." Het Business Center beschikt over een eigen leasemaatschappij, in aanvulling op andere activiteiten van Muntstad, zoals een schadeherstelbedrijf, een milieuvriendelijke wasstraat (ook voor extern gebruik) en een uitgebreide verhuurtak onder de naam Euromobil. "Die vloot telt 400 auto's, van Škoda Citigo tot Audi A8, van een negenpersoons Volkswagen Transporter tot een Crafter-bakwagen en van een leswagen tot elektrische auto's. Mochten we zelf niet een specifieke tijdelijke mobiliteitsbehoefte kunnen invullen, dan doen we een beroep op één van de andere vestigingen binnen het landelijke Euromobil-netwerk."

KOPLOPERS

Na de bijtellingsgestuurde hybridetrend van de afgelopen jaren begint nu volledig elektrisch rijden terrein te winnen, zo merkt Suk binnen de klantenkring van het Business Center. "Het bedrijfsleven maakt in toenemende mate bewuste keuzes op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen, vanuit milieu- en duurzaamheidsbesef, maar ook omdat opdrachtgevers - zoals overheidsinstellingen - dat verlangen. Tot de koplopers behoren de financiële sector, de

consultancy en bedrijven die in de binnenstad van Utrecht zitten. Binnen onze merken biedt Volkswagen nu de e-Up en de e-Golf aan, terwijl later in het jaar een elektrisch aangedreven Crafter en de Audi e-tron quattro volgen. In 2021 wil Volkswagen voor elke modelserie een elektrisch alternatief beschikbaar hebben en Audi zal die ontwikkeling op de voet volgen. Niet veel later is het de beurt aan SEAT en Škoda."

GERINGERE ONDERHOUDSBEHOEFTE

Voor ondernemers valt een elektrisch voertuig in veel gevallen bedrijfseconomisch goed te verantwoorden. Suk: "De aanschafprijs ligt wat hoger dan bij een benzineauto, maar het TCO - total cost of ownership - pakt weer gunstig uit door de lagere energiekosten van stroom en de geringere onderhoudsbehoefte. Je hoeft immers geen motorolie, filters en dergelijke te vervangen en door het

regeneratief remmen slijten de blokjes veel minder. Vanuit het Business Center ondersteunen wij ondernemers met advies en met het leveren van laadpalen, maar bijvoorbeeld ook met het inzetten van een vervangende auto voor lange (vakantie)reizen. Verder stellen wij graag voor een aantal weken of zelfs maanden een elektrisch model aan bedrijven beschikbaar die willen testen hoe het gebruik ervan in de praktijk bevalt en hoe medewerkers erop reageren. Na afloop blijkt negentig procent positief." Muntstad nodigt ondernemers met mobiliteitsvraagstukken van harte uit om vrijblijvend contact te leggen met het Business Center.

Meer informatie: www.muntstad.nl



VOLKSWAGEN E-GOLF

DEALER: MUNTSTAD AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: TOBIAS KOETSIER

BEVINDINGEN:

"De auto is goed, snel en rijdt vloeiend. Dankzij het accupakket wel wat duur in de aanschaf. Wel interessant in de lease."

"Vanwege de beperkte actieradius voor mij niet interessant, maar wel een zeer goede auto."

"Rijdt prima, maar voelt soms wat 'zweverig'. Meer dan voldoende koppel. Het overwegen waard als je een statement wil maken op

MVO-gebied."

"Typisch Volkswagen, dus gewoon een prima auto."

"De prijs-kwaliteitverhouding is prima, fiscaal heel aantrekkelijk."



SPECIFICATIES

Merk: Volkswagen
Model: Golf
Type: e-Golf
Transmissie: automaat
Vermogen: 136 PK / 100kW
Koppel: 290 NM

Verbruik: 12.7 kWh/100 km
Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 9.1 sec
Topsnelheid: 150 km per uur
Verkoopprijs: Nieuw € 45.500,-
Leaseprijs: € 670,- voor deze uitvoering (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar,

excl. btw) Lease tarief vanaf € 455,-, 15.000 km 60 maanden
Vanafprijs: € 39.540,-
Informatie: www.muntstad.nl

Testrijders: Ed Keim, Egbert Eising, Wouter Bink, Martijn Berkenbosch, Stef de Vries

53

VOLKSWAGEN ARTEON

DEALER: MUNTSTAD AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: BART VAN EIJKEREN

BEVINDINGEN:

"Een werkelijk schitterende auto. Heel ruim, hoewel de lijn van de auto in eerste instantie anders suggereert. Gewoon een prachtig ding."

"Van binnen én buiten een hele mooie auto. Goede zit, fijne elektrische afstelling. Zeker voor zakelijk gebruik een topauto met mooie snufjes zoals de achteruitrijcamera met mooi en scherp beeld."

"Zeer comfortabel, zowel voor- als achterin. Navigatie heeft een mooi beeld, midden tussen de meters. Audio is super!"

"Fijn rijgedrag en mooie afwerking. Een heel interessante optie."

"Soepel rijgedrag en lekker snel. Het interieur is heel verzorgd en de navigatie goed en overzichtelijk."



SPECIFICATIES

Merk: Volkswagen
Model: Arteon
Type: Elegance Business 2.0 TDI/DSG
Transmissie: automaat
Cilinderinhoud: 2.0
Vermogen: 150 PK / 110kW

Koppel: 340 NM bij 1750-3000 t/min
Verbruik: 4.4 liter/100 km
Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 9.1 sec
Topsnelheid: 220 km/u
Verkoopprijs: € 56.000,-
Leaseprijs: € 960,- voor deze uitvoering

(full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw) Lease tarief vanaf € 540, 15.000 km 60 maanden 1.5 TSI
Vanafprijs: € 47.250,-
Informatie: www.muntstad.nl

Testrijders: Victor Beverloo, Ramis Karakas, Daphne Lodewijk, Egbert Eising, Marcel Walraven, Ed Keim

ŠKODA SUPERB

DEALER: MUNTSTAD AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: YORDI BRIEDÉ

BEVINDINGEN:

"Een rustige en fijne auto. Veel zitcomfort en heel veel ruimte. Hij ziet er prima uit, zonder al teveel fratsen."

"Betaalbaar, veel ruimte en zeer functioneel. Allemaal redenen om 'm aan te schaffen."

"Prima afwerking, alles klopt. De motor rijdt erg lekker, maar zou van mij wel iets meer vermogen mogen hebben."

"Het zitcomfort is uitstekend. Ook als lange-re bestuurder zit je goed."

"Mooie, degelijke auto. Zeer compleet en comfortabel en de ruimte in de kofferbak is 'superb!'"

"Een echte reiswagen, ideaal ook voor grote afstanden. Kwaliteit en ruimte voor een goede prijs."



SPECIFICATIES

Merk: ŠKODA

Model: Superb

Type: Style Business

Transmissie: DSG automaat

Cilinderinhoud: 1.6 TDi

Vermogen: 88kW / 120 pk

Koppel: 250 nm

Verbruik: 1 op 23.3

Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 11 seconden

Topsnelheid: 206 km/h

Verkoopprijs: € 44.582,-

Leaseprijs: € 775,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 31.190,-

Informatie: www.muntstad.nl

Testrijders: Ron Henzen, Florian Lem, Boy Grizell, Arjan Overbeek



Muntstad. Uw partner in mobiliteit.

MUNTSTAD
LEASE
DEALS

VOORRAADMODELLEN OP=OP!



Kijk voor meer Lease Deals op: muntstad.nl/leasedeals

Muntstad Lease
Blanckenhagenweg 8
3712 DE Zeist

Muntstad.nl/lease **030 - 296 90 00**

AUDI A7 SPORTBACK

DEALER: MUNTSTAD **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** JEROEN VAN DER ELBURG

BEVINDINGEN:

"Premium merk met uitstekende wegligging, comfort en uitstraling."

"De kwaliteit is geweldig en dat kost natuurlijk wat. De rijeigenschappen zijn geweldig."

"Veel mogelijkheden qua zitcomfort, maar direct een uitstekende zitpositie. Qua audio-middelen en navigatie een 10+!"

"Een hele goede en ruime auto. Alles is

aanwezig. Bij voldoende financiële middelen echt een eerste keuze."

"Superauto, geen negatieve punten. Wel een flinke prijs."

"Super uitstraling: strak, zakelijk en zeer indrukwekkend. Alles zit op de plek waar je het verwacht."



SPECIFICATIES

Merk: Audi

Model: A7 Sportback

Type: Pro Line S 3.0 TDI tiptronic quattro

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 2967 cm³

Vermogen: 286pk

Koppel: 620 nm

Verbruik: 1 op 17

Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 5,7 sec

Topsnelheid: 250 km/h

Verkoopprijs: € 145.458 inclusief btw en bpm

Leaseprijs: € 2549,49 (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 89.315,- inclusief btw en bpm

Informatie: www.muntstad.nl

Testrijders: Marcel Walraven, Ed Keim, Martijn Berkenbosch, Ramis Karakas, Boy Grizell, Victor Beverloo

55

SEAT ATECA

DEALER: MUNTSTAD **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** DUNCAN REINHARD

BEVINDINGEN:

"Ligt soepel op de weg en voelt – mede dankzij het goede overzicht – heel veilig aan."

"Het rijgedrag is goed en je zit wat hoger, wat zorgt voor veel overzicht."

"Prettig zitcomfort met een actieve zit. Ook achterin heel comfortabel."

"Ik zou 'm aanschaffen vanwege het gemak,

comfort en het feit dat 'ie zo praktisch is."

"Een mooie bak met heel veel ruimte."

"Een leuk model, maar dan wel met een zwaardere motor."



SPECIFICATIES

Merk: SEAT

Model: ATECA

Type: FR Business Intense 1.4 EcoTSi

Transmissie: Automaat DSG 7-Versn.

Cilinderinhoud: 1400 cm³

Vermogen: 150 PK

Koppel: 250/1500-3000

Verbruik: 1 op 18,7

Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 8,6 sec

Topsnelheid: 198km/u

Verkoopprijs: € 43.704

Leaseprijs: € 648,05 (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 27.700,-

Informatie: www.muntstad.nl

Testrijders: Daphne Lodewijk, Boy Grizell, Stef de Vries



HET GROOTSTE PORSCHE TREFFEN VAN NEDERLAND

Zondag 27 mei

Locatie: Aquabest (Eindhoven-Best)

Aanvang: 10.00 tot 17.00 uur

Toegang: €5,- per auto (ongeacht aantal inzittenden)

Voorregistratie via www.puurpm.nl

Met het ticket maak je bovendien automatisch kans op een prijs in de kentekenloterij!

VIREO AUTO AMERSFOORT: ZEVEN MERKEN ONDER ÉÉN DAK

BIJZONDERE VOGEL BINNEN STERN

In een tijd van strakke regulering rondom autodealernetwerken en het benadrukken van identiteiten mag het best bijzonder heten dat je bij Vireo Auto in Amersfoort zeven merken onder één dak vindt, van volumespelers tot specialisten in de niche, allemaal met een sterk eigen karakter. 'Nee' verkopen vormt hier dus eigenlijk bij voorbaat geen optie.

TEKST & FOTOGRAFIE: AART VAN DER HAAGEN



Vireo Auto valt onder de Stern Groep, de grootste dealerorganisatie van Nederland en sinds jaar en dag een beursgenoteerde onderneming. "Dat klinkt misschien wat ver weg voor het MKB, maar hier in Amersfoort werken we heel lokaal en persoonlijk, waarbij de klant absoluut geen nummer is," stelt vestigingsmanager Teus van Asperen. "Het voordeel van een beursgenoteerd moederbedrijf schuilt in een transparante manier van werken en heldere, goed vastgelegde procedures, die extern gecontroleerd worden. Stern Groep moet immers verantwoording aan de aandeelhouders afleggen. Verder beschikt onze organisatie in eigen huis over alle disciplines op het gebied van mobiliteit, van financieringen en (private) leasing tot schadeherstel, betimmering en belettering van bedrijfswagens. Zelfs verzekeren kunnen we in eigen beheer, met naast scherpe premies ook bijzondere voorwaarden, zoals vijf jaar dekking met aankoopbedraggarantie. Doordat we niet afhankelijk zijn van derden,

blijven de lijnen kort en verlopen de trajecten efficiënt, wat voor de klant tijds- en kostenbesparingen oplevert."

OVERSTAPPEN

Zeer weinig autodealers in Nederland voeren zeven merken in één gesegmenteerde showroom, in dit geval Fiat, Fiat Professional (bedrijfswagens), Abarth, Alfa Romeo, Jeep, Mitsubishi en Subaru. "Speciaal met die laatste twee bedienen wij een heel groot rayon in Midden-Nederland," aldus Van Asperen. "Met name Subaru richt zich op klanten die net wat exclusievers willen, met de mogelijkheden van vierwielaandrijving, om bijvoorbeeld trailers te trekken. Mitsubishi heeft zich in de afgelopen jaren sterk geprofileerd met hybridetechniek en SUV's, waarbij het heel uitgesproken modellen durft neer te zetten. Binnen Fiat Chrysler Automobiles vormen Fiat en Alfa Romeo goede bekenden, terwijl Abarth de fijnproevers op het gebied van sportiviteit aanspreekt en Jeep - met een

tot soortnaam verheven merknaam - eruit springt met een lange heritage op het gebied van zeer terreinvaardige SUV's. Onze merken vullen elkaar uitstekend aan, wat het voor klanten interessant maakt om af en toe eens van het ene naar het andere over te stappen en toch dezelfde vertrouwde dealer te blijven behouden. Het aanbod wordt zelfs nog breder als je bedenkt dat Stern nog vele andere dealerschappen voert. Zo kunnen we makkelijk een personen- of een bedrijfswagen van een heel ander merk in hetzelfde leasecontract onderbrengen. Naast dit alles maken we ons sterk voor een passende dienstverlening, waarbij we ons in kleine dingen trachten te onderscheiden, zoals het wassen van een auto wanneer je zelfs maar een lampje laat verwisselen en het aanbieden van werkplekken met ontbijt of een lunch voor klanten die wachten. Dat doen we met veel plezier."

Meer informatie: www.vireoauto.nl



GA VOOR STIJL.



DE NIEUWE
TIPO
S-DESIGN

DE NIEUWE TIPO S-DESIGN. STIJL HEEFT EEN NIEUWE VORM.

PRAKTISCH WORDT STIJLVOL. DE FIAT TIPO IS NU OOK VERKRIJGBAAR IN DE NIEUWE SPORTIEVE EN ELEGANTE S-DESIGN UITVOERING. VOOR IEDEREEN DIE GAAT VOOR COMFORT, DESIGN ÉN EMOTIE. LAAT JE VERRASSEN DOOR DE FIAT TIPO S-DESIGN. HIJ STAAT VOOR JE KLAAR IN ONZE SHOWROOM.

VIREO AUTO  
www.vireoauto.nl

Amersfoort: Nijverheidsweg-Noord 65,
Houten: Ringveste 4,
Alkmaar: Koraalstraat 3,
Haarlem: Leidsevaart 592,
Purmerend: Ampèrestraat 57 (Industrieterrein De Baansteer),

Tel. 088-2923814
Tel. 088-2923815
Tel. 088-2923816
Tel. 088-2923811
Tel. 088-2923812



De verbruikscijfers zijn gebaseerd op de officiële Europese testmethode. Het daadwerkelijke verbruik hangt mede af van de omstandigheden en uw rijgedrag. Kijk voor de verkoopvoorwaarden op fiat.nl/verkoopvoorwaarden.  **FCA CAPITAL**
Nederland

Gem. brandstofverbruik: 6,0 l/100 km (1 op 16,7). CO₂: 139 g/km.



fiat.nl

FIAT TIPO

DEALER: VIREO AUTO AMERSFOORT **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** RICHARD VAN DEN BROEK

BEVINDINGEN:

"Ontspannen gedrag op de weg. De stoelen zijn hard, maar heerlijk en het mooie display is prettig in gebruik."

"De scherpe prijs is heel goed. Je krijgt echt veel auto voor je geld."

"Stuurt goed en heeft een redelijk vermogen. De stoelen zijn prima in te stellen en de camera biedt een prima zicht."

"Goede prijs-kwaliteitverhouding. Voor relatief weinig geld krijg je een hele hoop."

"Het zitcomfort is goed, net als de audiomiddelen en navigatie. Zelf ga ik 'm niet kopen, maar al met al is het een prima auto."



SPECIFICATIES

Merk: Fiat

Model: Tipo

Type: Business lusso

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1598cc

Vermogen: 120pk

Koppel: 320Nm

Verbruik: 1:29

Topsnelheid: 200 km/u

Acceleratie: 0-100 km/u in 9,5 seconden

Verkoopprijs: € 27.518,-

Leaseprijs: € 627,80

Vanafprijs: € 19.995,-

Informatie: www.fiat.nl

Testrijders: Maurice Schill, Frans Franssen, Mark Veldhuizen

59

ALFA ROMEO GIULIA

DEALER: VIREO AUTO AMERSFOORT **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** CHRISTAN COENEN

BEVINDINGEN:

"Topmodel, super sportief en een heel nette uitvoering. De stoelen zitten als gegoten. Het aanschaffen waard vanwege zijn looks en zijn wegligging."

"Wauw, wat een power! Hij reageert echt heel snel. De stoelen zitten echt goed en instellen gaat eenvoudig automatisch. Puntje van kritiek: de graphics van het navigatiesysteem zijn niet echt mooi."

"Heel sportief. Voor en achter comfortabel en goed afgewerkt. Zeer representatief."

"Prachtige auto, voldoende ruimte voor twee personen."

"Hij nodigt uit tot sportief rijden, voor mij persoonlijk is 'ie zelfs iets té sportief. Wel een hele mooie auto, echt Alfa!"



SPECIFICATIES

Merk: Alfa Romeo

Model: Giulia

Type: Veloce 280PK AUT

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 1995 cc

Vermogen: 206kW (280PK)

Koppel: 400Nm

Verbruik: 1:16 6,4l/100km

Topsnelheid: 240 km/u

Acceleratie: 0-100 km/u in 5,2 seconden

Verkoopprijs: € 61.012,-

Leaseprijs: € 1094,46

Vanafprijs: € 41.250,-

Informatie: www.alfaromeo.nl

Testrijders: Wouter Bink, Ron Henzen, Renate Vogt, Frans Franssen, Hans Krol, Mark Veldhuizen

ALL YOU NEED IS ATTRACTION



STELVIO

V.A. € 55.490

NETTO BIJTELLING V.A. € 408 P/MND



GIULIA

V.A. € 41.250

NETTO BIJTELLING V.A. € 301 P/MND

ALFA ROMEO STELVIO SUV EN GIULIA SPORTSEDAN VERKRIJGBAAR MET TWEE- EN VIERWIELAANDRIJVING. VOOR DE ULTIEME PRESTATIE. U BENT VAN HARTE WELKOM VOOR EEN PROEFRIJ.

ALFA ROMEO **STELVIO EN GIULIA** 

La meccanica delle emozioni



VIREO  **AUTO** 

Amersfoort: Nijverheidsweg-Noord 65. Telefoon 088-2923814

Houten: Ringveste 4. Telefoon 088-2923815

Alkmaar: Koraalstraat 3. Telefoon 088-2923816

Haarlem: Leidsevaart 592. Telefoon 088-2923811

Purmerend: Ampèrestraat 57. Telefoon 088-2923812

www.vireoauto.nl



De prijs is incl. btw/bpm en de onvermijdbare kosten nodig voor aflevering van de auto aan de consument. Afgebeelde auto kan afwijken van de werkelijke uitvoering. Optionele pakketten of uitrusting zijn altijd de keuze van de consument en kunnen desgewenst tegen meerprijs geleverd worden. De netto bijtelling voor de Stelvio en Giulia is gebaseerd op 40,85% loonbelasting. De verbruikscijfers zijn gebaseerd op de officiële Europese testmethode. Het daadwerkelijke verbruik hangt mede af van de omstandigheden en uw rijgedrag. Prijswijzigingen en drukfouten voorbehouden. Vraag naar de voorwaarden of kijk op alfaromeo.nl/verkoopvoorwaarden.

LEASYS
PCA BANK GROUP

Gem. brandstofverbruik: 3,8 - 8,5 l/100 km (1 op 11,8 - 26,3). CO₂: 99 - 198 g/km.



SUBARU OUTBACK

DEALER: VIREO AUTO AMERSFOORT **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** TIM VAN DE STROOM

BEVINDINGEN:

"Veel ruimte, veilig, voldoende vermogen, stil én comfortabel. Een prima auto dus, als spreekt mij persoonlijk het model niet zo aan."

"Een goede auto, zelfs boven verwachting voor mij. Stil, snel en comfortabel, maar ook nog eens erg ruim."

"De navigatie werkt uitstekend. Google-ondersteuning is altijd goed."

"De prijs-kwaliteitverhouding is goed, maar door de BPM is hij volgens mij voor de Nederlandse markt minder interessant."

"De zit is heel prettig en dat maakt 'm mede een goede reisauto. De camera's rondom zijn super!"



SPECIFICATIES

Merk: Subaru
Model: Outback
Type: Premium
Transmissie: Automaat
Cilinderinhoud: 2500cc

Vermogen: 175Pk
Koppel: 235Nm
Verbruik: 7,3L/100km 1 op 13,7
Topsnelheid: 198km/u
Acceleratie: 0-100 km/u in 10,2 sec

Verkoopprijs: €49.995,-
Leaseprijs: €739,88
Vanafprijs: €45.795,-
Informatie: subaru.nl

Testrijders: Wouter Bink, Florian Lem, Renate Vogt, Frans Franssen

DE NIEUWE SUBARU OUTBACK



Bezoek onze showroom en maak
een proefrit

SUBARU OUTBACK

VANAF **€ 45.795,-**



VIRO  **AUTO**

PROEFRIT?

Bel 088 - 292 38 10

VIRO AUTO AMERSFOORT

Nijverheidsweg-Noord 65
3812 PK Amersfoort

VIRO AUTO HOUTEN

Ringveste 4
3992 DD Houten

DISCLAIMER: Gecombineerd verbruik: 7,3 l/100km CO2 emissie: 166 g/km. Genoemde vanafprijs is inclusief btw en bpm, recyclingsbijdrage, kosten rijklaarmaken. Wijzigingen, druk- en zetfouten voorbehouden. Afgebeeld model kan opties bevatten. Vraag de verkoopadviseur naar de kosten en voorwaarden of ga naar www.vireoauto.nl.



TESLA MODEL S

DEALER: TESLA DUIVEN **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** ETIENNE AUFENACKER

BEVINDINGEN:

"Een waanzinnige auto in deze uitvoering, smile op en top! Audiosysteem en navigatie zien er high-end uit en de details in het interieur zijn fantastisch."

"Hier ben ik echt erg enthousiast over. Ik vind het een geweldige auto. Het is dat ik er al eentje heb, anders ging ik 'm nu kopen!"

"Hij is natuurlijk aan de prijs, maar dan krijg je er wel een hele beleving voor."

"Je krijgt echte kwaliteit voor wat je betaalt. De lage bijtelling maakt 'm ook interessant. Echt top of the bill, maar met een gezin misschien wat minder handig."

"Ook de hulpmiddelen zijn super, vooral de automatische piloot is ronduit indrukwekkend."



SPECIFICATIES

Merk: Tesla

Model: Model S

Type: 100D

Transmissie: Geen, elektrisch aangedreven auto.

Verbruik: Gemiddeld 20 kWh per 100 km

Acceleratie: 4.3 sec 0 tot 100 km/h

Topsnelheid: 250 km/u

Verkoopprijs: € 131,200.00 (4% bijtelling)

Leaseprijs: € 1.690,16 euro (full operational,

obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 86.100,00

Informatie: Tesla.com/nl

Testrijders: Marcel Walraven, Wouter Bink, Ron Henzen, Victor Beverloo, Hans Krol, Mark Veldhuizen



DS 7 CROSSBACK

DS AUTOMOBILES

SPIRIT OF
AVANT-GARDE

NU IN ONZE DS STORE



DS *prefereert* **TOTAL**

GEM. BRANDSTOFVERBRUIK : 5,9 l/100KM; 16,9 l/KM, CO₂ (g/km) 135

DSautomobiles.nl

DS STORE UTRECHT LANDZIGT 28 – 3454 PE DE MEERN – 030 658 27 00

CITROËN C4 CACTUS

DEALER: VAN OORD LEIDSCHER RIJN B.V. **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** FLORIS VAN OORD

BEVINDINGEN:

"Hij is behoorlijk stil, rijdt goed en is koersvast. Heeft ook een redelijk flink vermogen. Het is niet mijn vormgeving, maar dat is een kwestie van smaak."

"Audiomiddelen en navigatie zijn goed, net als de camera waarmee hij is uitgerust."

"De stoelen voorin zijn goed, achter is te weinig steun. Het ruimte-effect is goed, mede dankzij het korte dashboard. Het

rijgedrag is prima."

"In mijn optiek een goede middenklasser met een goede prijs-kwaliteitverhouding."



SPECIFICATIES

Merk: Citroën

Model: C4 Cactus

Type: PureTech 110 S&S EAT6 Shine

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 1199 cc

Vermogen: 110 pk

Koppel: 205 Nm

Verbruik: 1 op 18.9

Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 10,9 sec

Topsnelheid: 188 km/u

Verkoopprijs: € 31.695,-

Leaseprijs: v.a. € 381,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 21.490,-

Informatie: www.vanoord.nl

Testrijders: Egbert Eising, Renate Vogt, Mark Veldhuizen, Stef de Vries

65

CITROËN DS 7

DEALER: DS STORE UTRECHT **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** CHRISTIAAN DE WINTER

BEVINDINGEN:

"Een prachtige auto met een heel goed zitcomfort."

"In vind 'm echt super. De uitstraling is een reden waarom ik 'm eventueel zou aanschaffen. Al met al krijgt 'ie van mij een 9!"

"Mijn eerste indruk is een goede. Wel vind ik de middenconsole wat breed."

"Hij heeft een flinke prijs, maar dat komt

door de dieselluitvoering en de diverse uitgebreide extra's. De vanafprijs ligt heel wat lager."



SPECIFICATIES

Merk: DS

Model: 7 Crossback

Type: BlueHDi 180 Be Chic auto

Transmissie: Automaat 8-traps

Cilinderinhoud: 1997 cc

Vermogen: 180 pk

Koppel: 400 Nm

Verbruik: 1 op 20.4

Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 9.4 sec

Topsnelheid: 215 km/u

Verkoopprijs: € 74.828,-

Leaseprijs: v.a. € 772,- per maand (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 45.990,-

Informatie: www.vanoord.nl

Testrijders: Ed Keim, Egbert Eising, Martijn Berkenbosch, Stef de Vries



Links DGA Christiaan van Oord, rechts DS Expert Advisor Christiaan de Winter



VOORBEREIDING DS STORE UTRECHT BIJ FAMILIEBEDRIJF VAN OORD HAUTE COUTURE IN DE MEERN

Een status aparte verdient een bijpassende omgeving. Begonnen als premiumlijn onder de Citroën-vlag heeft DS Automobiles zich stapsgewijs volledig losgeweekt en vormt het een separaat merk, dat in zijn exclusiviteit aan tien verkooppunten in Nederland voorbehouden blijft. Eén daarvan bevindt zich in De Meern, waar Van Oord een aparte DS Store bouwt om de haute couture optimaal tot zijn recht te laten komen.

66

TEKST & FOTOGRAFIE: AART VAN DER HAAGEN

Hoewel de oorsprong bij Citroën ligt en de modellen onderling zeker bepaalde technologieën blijven delen, slaat DS Automobiles nu een compleet eigen richting in. Het werd in 2014 verzelfstandigd en ontwikkelt zich tot een klasse die de Franse automobielsingeschiedenis lang niet meer gekend heeft. Nostalgie zullen met weemoed terug denken aan het vooroorlogse art deco-tijdperk, waarin Parijs zich qua mode, stijl, architectuur en kunst als koploper in Europa profileerde. De evolutie van de haute couture weerspiegelt zich vandaag de dag in het enige premium-automeerk van Frankrijk: DS Automobiles, onderdeel van het PSA-concern. Daarmee bezet het een unieke positie binnen de hogere marktsegmenten, met als doelgroep mensen die innovatie, raffinement en klasse met een artistiek tintje op waarde weten te schatten. Een auto die duidelijk uitdraagt waar het merk naartoe wil is de DS 7 Crossback, een exclusieve SUV die met zijn Active Scan Suspension een unieke rijbeleving belooft en die de gasten aan boord (de term 'inzittenden' geeft hier geen pas) onthaalt met één van de vijf 'Inspiration'-interieursferen, die één en al Parijse cultuur ademen.

DS VIRTUAL VISION

Al dat moois poseert straks in de showroom van DS Store Utrecht, waarvan de bouw na de zomer start. "Het betekent een aanzienlijke uitbreiding van ons pand, waarbij een fysieke scheiding zal ontstaan tussen DS Automobiles en Citroën," vertelt Christiaan de Winter, die zich na een intensief opleidingstraject in Parijs nu DS Expert Advisor mag noemen. "We creëren in het nieuwe gedeelte een unieke ambiance, waarbij we zelfs een geurenmachine inzetten. Klanten kunnen hun favoriete model en specificaties configureren en beleven via DS Virtual Vision, een simulator die hen bovendien in staat stelt om een digitale testrit door Parijs te maken. Dat past perfect bij de innovatieve inborst van het merk, dat overigens recent bekend maakte dat het in 2025 al zijn modellen alleen nog als hybride of vollelektrische uitvoering gaat voeren. Ook in de aftersales zullen we onderscheid creëren, onder meer in de vorm van DS Valet, een haal- en brengservice die zich schikt naar de agenda van de klant."

BEKENDE GEZICHTEN

Hoe exclusief dat alles ook moge klinken, Van Oord blijft vooral heel erg zichzelf: een toegankelijk familiebedrijf met vestigingen in De Meern, Maarssen en Zeist, waarbij de portfolio naast DS Automobiles en Citroën ook Suzuki bevat. "Wij staan voor een langetermijnpolitiek, met continuïteit in onze dienstverlening en onze mensen, die voor de omgeving bekende gezichten vormen. Ze wonen, werken en recreëren hier in de buurt," zegt Christiaan van Oord, samen met zijn broer Rijchart directeur-eigenaar van het bedrijf. "We kennen de klanten, weten wat hen beweegt en profileren ons in de regio, bijvoorbeeld door sportclubs en het Nederlands Film Festival te ondersteunen. Overal kom je ons tegen; we bevinden ons midden in de samenleving. Met DS Automobiles hopen we veel interessante nieuwe klanten te begroeten."

Meer informatie: www.vanoord.nl



Slot Zeist

Voor een vorstelijk onthaal van uw gasten!

Waarom Slot Zeist: 18 stijlzalen en historische kamers | Monumentale stijl gecombineerd met hedendaagse faciliteiten | Vorstelijke allure
Centraal gelegen in Nederland | Gratis parkeren | Makkelijk te bereiken via de A12 en de A28 | Mogelijkheden tot overnachten bij partnerhotels
Spectaculaire feesten en evenementen | Exclusieve diner | Stijlvolle ontvangsten | Tuin in Engelse landschapsstijl met groot openlucht theater

Slot Zeist | Zinzendorfflaan 1, 3703 CE Zeist | t. 030 - 7210600 | info@slotzeist.nl | www.slotzeist.nl



ASHTONIA

JUNI 2018 ★ SLOT ZEIST

NIEUWE SHOW

GENIET OP GRANDIOZE
ASHTONIAANSE WIJZE
VAN EEN COMPLETE AVOND UIT
MET RELATIES EN/OF COLLEGA'S

BOEK NU!
UNIEKE

VIP

VANAF 10
PERSONEN

ARRANGEMENTEN
INFO: 030-7210606 ASHTONIA@SLOTZEIST.NL



VAN MEER WAARDE

Door ANWB benoemd tot meest waardevaste auto

+ Met **€ 1.500,-** extra inruilwaarde

+ **Gratis trekhaak** t.w.v. € 1.220,-

En automatisch voor slechts € 1.000,- meerprijs

NU TIJDELIJK MET **€ 2.720,- MEER WAARDE**



AUTOBEDRIJF CLUISTRA NIEUWEGEIN

Betuwehaven 1 | 3433 PV Nieuwegein | 030 - 6062598 | www.cluistra.nl |

Mazda CX-5 vanaf € 31.990,-. Gemiddeld verbruik Mazda CX-5 van 5,0 tot 7,1 liter per 100 km / van 20,0 tot 14,1 km per liter / CO2-uitstoot van 132 tot 162 g/km. Prijzen incl. BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijzen excl. metaallic/mica lak en eventuele opties. Acties geldig bij aanschaf van een Mazda CX-5 uit voorraad met registratie voor 30 juni 2018. Inruilaanbod enkel geldig bij particuliere aanschaf. Het automatisch aanbod is alleen geldig i.c.m. SKYACTIV-G 165 motorisering, vanaf TS-uitvoering. Mazda CX-5 GT Luxury is niet mogelijk in combinatie met het automaataanbod. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. Prijswijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en voorwaarden: www.mazda.nl.