

UTRECHT

Jaargang 35 | Nummer 1 | April 2019

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT

ONDERNEMERS KIEZEN BEWUST VOOR UW FLORA
MAATSCHAPPELIJK
VERANTWOORDE
KANTOORBEPLANTING

VROUWEN IN BUSINESS
– ELSKE DOETS
"GRIJZEN MUIZEN ZIJN
ER AL GENOEG"

VERGADERTIPS
DOET U MIJ MAAR EEN
VERGADERDIEET!

KOOIJMAN AUTOGROEP
60 JAAR FAMILIEBEDRIJF



ClickShare

Plug into simplicity.

TAP INTO

amazing



Make sharing easy and leave an impression

Meetings, incentives, congresses and events today need to be amazing, smooth and most of all equipped with the best technology. If you want to offer the best meeting experience to your customers, ClickShare is just the ticket. Barco's wireless collaboration system allows users to simply share what's on their laptop or mobile device on a presentation screen. No installation, no technical hiccups, no training. Just quick, confident sharing to make all your events truly professional and outstanding.

Don't just take our word for it. You can try it yourself with our 4-week ClickShare CSE-200 try-out.

Start your free trial today: <https://trynow.barco.com/clickshare/>.



CSE-200



VERBINDING

De term verbinding wordt tegenwoordig zó vaak gebruikt dat je er af en toe bijna genoeg van zou kunnen hebben. Toch zijn er van die momenten waarop je er niet omheen kunt en geen enkele andere term de lading beter zou dekken. Bij de stille tocht naar aanleiding van de verschrikkelijke gebeurtenis in de tram op het Utrechtse 24 Oktoberplein was verbinding een van de toverwoorden. In aanloop naar de Provinciale Statenverkiezingen (een uitgebreid verhaal hierover verderop in deze uitgave) ging het er in den lande ook over. In dat laatste geval – in de politiek dus – klinkt verbinding te vaak ineens als een dooddoener, meer marketing dan emotie en voor veel mensen een kreet met weinig waarde, al zal het best met goede intenties zijn.

Die goede intenties zijn er in ieder geval wel als het om sociaal ondernemen gaat. We spraken bij het maken van deze uitgave van Utrecht Business bijvoorbeeld met de mensen van de Amersfoortse Abrona-vestiging Blokzijlpark, waar jongeren met een lichte verstandelijke beperking of lichte psychiatrische problemen wonen, die onder begeleiding groeien naar meer zelfstandigheid. Ook binding met en zicht op een plek in het bedrijfsleven horen daarbij, zo gaf begeleider Kenneth Martens aan. De jongeren kunnen volgens hem héél veel betekenen voor het bedrijfsleven en andersom geldt dat natuurlijk al net zo. Veel plekken voor deze jongeren zijn er niet en juist daarom zoekt Abrona verbinding met het bedrijfsleven. Natuurlijk kan het niet overal, maar als ondernemer is het de moeite waard er eens over na te denken. Het mes snijdt namelijk écht aan twee kanten. Wat daar voor nodig is? Verbinding! Krijgt die term ineens toch weer waarde...

Veel leesplezier!

Teun van Thiel
teun@utrechtbusiness.nl



Zakenmagazine voor ondernemers
en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 34

April 2019, editie 1

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 Haag

VORMGEVING

Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

DRUK

Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE

Van Munster Media BV
Jaap Kries T: 024 - 3738505
jaap@utrechtbusiness.nl

Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN

Tel. (024) 373 85 05
abbonementen@utrechtbusiness.nl

Abbonementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Zij worden na een jaar automatisch verlengd, tenzij de abonnee uiterlijk twee maanden voor het verstrijken van de termijn schriftelijk opzegt. Abbonementsprijs per jaar: €55,- (incl. btw)

COPYRIGHTS

Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen artikelen wordt door de uitgever voorbehouden.

www.utrechtbusiness.nl

- 6 *Ondernemers kiezen bewust voor UW Flora*
Maatschappelijk verantwoorde kantoorbeplanting
- 10 Business flitsen
- 11 Provinciaal Ondernemers Statenverkiezingsdebat
Utrecht
- 12 *Elske Doets rolmodel voor ambitieuze jonge vrouwen*
"Grijze muizen zijn er al genoeg"
- 14 *FC Utrecht wil maatschappelijke impact verder
vergroten*
Recht uit het hart
- 17 *Vireo Auto Amersfoort: bijzondere vogel binnen
Stern*
- 20 *Column Cellro: Industrie 4.0 in de verspanende
industrie*
- 21 *Column Greyt: 'Overzicht, rust en structuur, zodat
de ondernemer kan ondernemen'*
- 22 *The S-Unit: Maatpak in hacken*
- 24 *Column Van Benthem & Keulen: Worden
slapende dienstverbanden eindelijk wakker?*
- 25 Mare e Monte, ook ideaal voor zakelijke meetings
- 26 *Column Reinstaat Schoonmaak:*
De leidinggevende van een schoonmaakbedrijf
- 27 *Utrechtse Uitdaging: Als jij durft te vragen, durven
anderen te geven!*



30



27



42

5

- 28 Doet u mij maar een vergaderdieet!
- 30 Iedereen aandeelhouder bij Infi: 'Verrijking van dit bedrijf'
- 32 Abrona-vestiging Blokzijlpark: 'Verbinding zoeken met bedrijfsleven'
- 36 Divers en inclusief: Het werken van de toekomst
- 39 Column Sociaal Metaal: Trots
- 40 In vijf fasen naar een gezonde organisatie
- 42 Kooijman Autogroep 60 jaar: Oosterse mentaliteit
- 46 Utrecht koos Provinciale Staten: Wat kunnen ondernemers verwachten?
- 50 Literatuur



ONDERNEMERS KIEZEN BEWUST VOOR UW FLORA

6 MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORDE KANTOORBEPLANTING

De kop boven dit artikel lijkt een open deur, want ‘groen’ mag op een breed maatschappelijk draagvlak rekenen, maar in dit geval is er iets bijzonders mee aan de hand. Ondernemers die UW Flora inschakelen weten zich ervan verzekerd dat ze mensen met afstand tot de arbeidsmarkt op de rit helpen, waarmee ze een waardevolle keuze maken in het kader van MVO.

Het belang van aandacht voor de wereld en voor elkaar begint steeds meer tot het bedrijfsleven door te dringen. Een groeiend aantal ondernemers integreert dit niet alleen in eigen gelederen, maar neemt het ook mee in de keuze van partijen om zaken mee te

doen. De overheid speelt daarin een voortrekkersrol. “Bij aanbestedingen is het inmiddels heel gebruikelijk om de wijze waarop een leverancier of uitvoerder met MVO omspringt mee te wegen in de selectie,” zegt Bianca Boeters, teamleider bij UW Flora, dat binnen het sociale werkbedrijf van Utrecht de groenvoorziening voor zijn rekening neemt. “Als ondernemer moet je kunnen aantonen welke prestaties je op het gebied van social return levert. Het inzetten van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in het kader van de participatiewet vormt daarin een belangrijke factor. Iedereen kent toch wel iemand in zijn omgeving die in zo’n situatie zit? Dan valt het eenvoudig voor te stellen hoe fijn het voor zo iemand is om op weg geholpen te worden. Niet alleen in het

UW

Van oudsher voert UW de Wet Sociale Werkvoorziening (WSW) uit in opdracht van de gemeenten Utrecht. Er werken momenteel 900 werknemers met een WSW-indicatie. Een deel van deze werknemers werkt, tijdelijk of voor langere duur, in de leerwerkbedrijven van UW. Een groeiend deel, inmiddels de helft, is gedetacheerd bij werkgevers in de regio. Het aantal ondersteunende medewerkers (leidinggevend, consulenten en staf) bedraagt ongeveer 125. Naast mensen uit de WSW begeleidt UW ook mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt vanuit de bijstand en de Participatiewet.

Jaarlijks worden er circa 600 deelnemers binnen UW begeleid zowel in het voorbereiden door opleiding en werkervaring naar werk, als naar andere trajecten. Een deel van deze deelnemers wordt in tijdelijke dienst genomen van UW ter voorbereiding op doorstroom naar een reguliere baan. Waar iedereen werkt naar eigen vermogen en kunnen.

In de loop van de tijd is de missie van UW namelijk verbreed tot het aan werk helpen van mensen met een afstand tot een reguliere baan of zo regulier mogelijk. UW wil deze veelal kwetsbare mensen, op een effectieve manier zoveel mogelijk blijvend van passend werk voorzien en hen daarmee een volwaardige plaats in de maatschappij bieden. Daartoe beschikt UW over een grote, op praktijkervaring gebaseerde expertise en een groot netwerk van (potentiële) opdrachtgevers en een aantal eigen leerwerkbedrijven.

De leerwerkbedrijven van UW leveren producten en diensten aan de zakelijke markt. UW heeft de volgende leerwerkbedrijven:

- UW Algemeen
- UW Groen (aanleg en onderhoud groenvoorzieningen)
- UW Flora (bloembinderij en interieurbeplanting)
- UW Catering (cateringwerk)
- UW Schoonmaak (schoonmaakwerkzaamheden)
- UW Productie (verpakken, montage en metaalbewerking)
- Facility (toezicht en receptie)



arbeidsproces, maar ook in een actieve rol binnen de maatschappij. Niemand wil daarbuiten vallen. Een belangrijk stukje welzijn dus, naast het feit dat we anders met zijn allen de kosten moeten dragen voor degenen die thuiszitten.”

ZELFVERTROUWEN, EIGENWAARDE

Heldere taal, die benadrukt dat elke ondernemer in Nederland op dit gebied zijn verantwoordelijkheid moet nemen. Aandacht voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt hoeft zich niet te beperken tot het eigen personeelsbestand; het kan ook een doorslaggevend element vormen bij het betrekken van externe diensten, zoals de beplanting van UW Flora. Boeters: “Wij bieden onze medewerkers een leer-werktraject aan, met het doel dat zij na verloop van tijd uitstromen naar het reguliere bedrijfsleven. Blijkt dat qua niveau niet haalbaar, dan functioneren ze in ieder geval in een omgeving waar ze zich gewaardeerd voelen

en merken ze dat ze een actieve rol binnen de maatschappij spelen, wat belangrijk is voor hun zelfvertrouwen, eigenwaarde en persoonlijke ontwikkeling. Menigeen heeft niet eens de basisschool afgerond en beschouwt het al als een grote eer om bij ons een diploma of een certificaat te behalen. Je ziet hier mensen groeien en opbloeien, zeker als ze af en toe een compliment of opbouwende feedback krijgen. Een schouderklopje doet wonderen.”

HONDERD PROCENT KWALITEIT

Met 25 medewerkers bedient UW Flora Midden-Nederland en de Randstad, waarbij het twee disciplines onderscheidt. “Onze bloembinderij levert bloemen voor balies, recepties, jubilarissen, zieken, rouwsituaties etcetera,” vertelt Boeters. “Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt stellen de boeketten samen, maar altijd onder begeleiding van een vakkbekwame medewerker. Daarnaast leveren en verzorgen we interieurbeplanting bij bedrijven



Restaurant Florent is te vinden in hartje Utrecht en kenmerkt zich door verrassende en klassieke Franse gerechten.

Met een stylish interieur en open keuken is het een sfeervol restaurant waar iedereen zich thuis voelt.

FLORENT

depuis 2014

Visschersplein 75
3551 LX Utrecht
T. 030 233 2008

RESTAURANT-FLORENT.NL



PARKEERGARAGE SPRINGHAVER 1 MINUUT LOPEN | UTRECHT CS 10 MINUTEN LOPEN | DINEREN MET 2 TOT 65 PERSONEN



UTRECHT
RESTAURANT
BLAUW

THE AUTHENTIC INDONESIAN EXPERIENCE

SPRINGWEG 64

UTRECHT RESTAURANTBLAUW.NL t. 030 234 24 63

RESTAURANTBLAUW  

UTRECHT CS 10 MIN LOPEN - PARKEERGARAGE SPRINGHAVER 3 MIN LOPEN - DINEREN MET 2 TOT 40 PERSONEN



en instellingen in de breedste zin des woords, tot en met echte en kunstkerstbomen in december en leveren, plaatsen en onderhouden we hanging baskets aan lantaarnpalen in de zomer. Naast aanschaf van groen behoort ook leasing tot de mogelijkheden. Onze klanten mogen rekenen op honderd procent kwaliteit, die niet onderdoet voor de norm in deze sector. Dat bewerkstelligen we door de medewerkers intern op te leiden en te begeleiden. Daartoe huren we een vaste docent in die precies weet hoe hij dit moet aanpakken: in een rustig tempo, met een eenvoudige, praktische uitleg en veel voorbeelden. Zo behalen deze mensen vanzelf het niveau. Ze gaan op locatie trouwens in koppeltjes aan de slag en steekproefsgewijs controleren we of alles voor de opdrachtgever naar wens verloopt.”

NIETS AFWIJKENDS

Boeters is zich bewust van de vooroordelen die rondom deze medewerkers leven. Zo blijkt uit onderzoek van de Wageningen Universiteit en het wetenschappelijke bedrijf Fytagoras dat mensen die werken in een ruimte met planten zich 20 procent minder vaak ziek melden dan mensen die werken in een ruimte zónder beplanting. Planten op de werkplek komt uiteindelijk neer op gemiddeld 1,6 ziekte-dag minder per medewerker per jaar, zo blijkt uit het onderzoek, dat is uitgevoerd bij verschillende bedrijven en zorginstellingen. De wetenschappers vergeleken bij elk bedrijf de ruimtes waar planten stonden met ruimtes waar geen planten stonden. De onderzoekers plaatsten in beide ruimten sensoren om de fysieke verschillen in het binnenklimaat te kunnen bepalen. De medewerkers die in die ruimten werkten, gaven zowel voor

als na het plaatsen van de planten hun mening over de werkplek, het binnenklimaat, de werksfeer, hun gemoedstoestand, welzijn en gezondheid.

REPRESENTATIEF

Communicatie vormt binnen dit verhaal een belangrijk aandachtspunt bij UW Flora. “We weten dat dat voor veel medewerkers een valkuil is, daarom trainen we ze gemiddeld één keer per jaar op dit gebied,” zegt Boeters. “Dat doen we via eenvoudige rollenspellen, die actie en reactie heel tastbaar maken. Wanneer we dat regelmatig her-

‘ONZE KLANTEN MOGEN REKENEN OP HONDERD PROCENT KWALITEIT, DIE NIET ONDERDOET VOOR DE NORM IN DEZE SECTOR.’

halen, heeft het echt effect, ook op de omgang tot collega’s onderling. Daarnaast spreken we iemand op zijn gedrag aan. Nogmaals, onze klanten mogen feitelijk niet merken dat er mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt bij hen over de vloer komen. Ondertussen weten en beseffen ze het wel. Ze kiezen bewust voor UW Flora, vanuit de gedachte dat iedereen een kans en een plek in de maatschappij verdient in combinatie met de kwaliteit die geleverd wordt.”

Meer informatie: www.uw.nl

MOEIZAME UITVOERING PARTICIPATIEWET

Hoewel UW sterk gelooft in het kunnen van mensen, verliest het de realiteit niet uit het oog. “De participatiewet brengt helaas niet wat ervan verwacht werd,” constateert Bianca Boeters. “Staatssecretaris Jette Klijnsma verkeerde in de veronderstelling dat met de juiste begeleiding iedereen met een afstand tot de arbeidsmarkt op den duur aan de slag zou moeten kunnen bij een reguliere werkgever. Helaas blijkt dat, landelijk gezien, in tachtig procent van de gevallen niet haalbaar. Zelf ervaren wij dat ook. De arbeidsproductiviteit van deze mensen ligt lager en werkgevers moeten rekening houden met bijkomende factoren, zoals een hoger ziekteverzuim en meer begeleiding. Dat kost extra tijd en geld, hetgeen wat vaak niet beschikbaar is. Deze mensen hebben onvoldoende capaciteiten om het gewenste niveau te halen, ongeacht of je ze cursussen of opleidingen laat volgen. Resultaat? Na een proefplaatsing of een detachering keren ze in veel gevallen terug bij de sociale werkvoorziening, waar ze volgens de participatiewet echter maximaal 23 maanden aan de slag mogen blijven. Vinden ze daarna geen baan, dan komen ze net als voorheen weer maandenlang thuis te zitten, alvorens opnieuw opgeroepen te worden voor hetzelfde traject bij ons. Zo bevinden zich alleen al in Utrecht momenteel 13.000 mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in de ‘kaartenbak’ van de gemeente. Dat kost de maatschappij handenvol geld, aangezien psychische hulpverlening en criminaliteit dan vaker aan de orde zijn. Kortom, voor iedereen een onwenselijke situatie.”





UTRECHTS TECHNOLOGIEBEDRIJF ZGETTHERE IN DUITSE HANDEN

Het Nederlandse technologiebedrijf Zgetthere uit Utrecht, wereldmarktleider in het ontwikkelen van autonome voertuigen en vervoerssystemen, is overgenomen door het Duitse conglomeraat ZF. Het Duitse concern verwerft een meerderheidsbelang van 60% in het Nederlandse bedrijf. ZF is onder meer gespecialiseerd in aansprekende producten zoals versnellingsbakken voor de Formule 1 en elektrische aandrijfsystemen voor Formule-E. Het concern richt zich in toenemende mate ook op de ontwikkelingen van autonome mobiliteitsdiensten en -ondersteuning. Met een omzet van €36 miljard en bijna 150.000 werknemers is het wereldwijd actief in meer dan 40 landen. ZF slaat een grote slag met de overname van Zgetthere omdat het Nederlandse bedrijf als een van de weinige in de wereld in staat is gebleken geïntegreerde autonome vervoersoplossingen met leidende technologie zelf te ontwikkelen en zelf te verkopen. Het is het enige bedrijf in deze markt dat reeds winst maakt. Voor Zgetthere (opgericht in 1984, 60 werknemers) betekent de overname een grote sponging voorwaarts en een impuls voor de werkgelegenheid in Nederland indachtig het perspectief dat na de overname een snellere groei mogelijk zal zijn. In één keer krijgt het bedrijf uit Utrecht wereldwijde representatie, kan het samen met ZF nieuwe technologieën ontwikkelen en klanten op lange termijn de vaak vereiste financiële contract- en servicezekerheid bieden. Zgetthere blijft als onderneming zelfstandig en in Nederland gevestigd. Ook zullen alle R&D activiteiten in Nederland plaats blijven vinden. Zowel het huidige management als de andere aandeelhouders t.w. SMRT in Singapore en UTS uit Verenigde Arabische Emiraten blijven aan.



AUTOBINCK VERHUIST NAAR NIEUWE WTC UTRECHT

AutoBinck heeft Utrecht gekozen als nieuwe locatie. Het bedrijf neemt zijn intrek in het geheel nieuwe WTC Utrecht, dicht bij het Centraal Station. Een kantoorgebouw vol potentie om de transitie die het bedrijf doormaakt te faciliteren. Paul Zekhuis, CEO van AutoBinck Group: "Wij willen leading zijn als het bedrijf waar je mobiliteit kunt inkopen. De verhuizing biedt ons alle mogelijkheden voor verdere ontwikkeling." Na ruim 110 jaar Den Haag is het voor AutoBinck tijd voor een nieuwe stap. Inmiddels is het familiebedrijf uitgegroeid tot een van de hoofdrolspelers op de Europese mobiliteitsmarkt (totale omzet in 2017: €1,3 miljard). AutoBinck is actief in 8 Europese landen, heeft 2.700 medewerkers verdeeld over 4 divisies: Cars, Leasing, Parts en Smart Mobility. CEO Paul Zekhuis: "In het verleden waren we vooral gericht op verkoop van auto's en onderdelen, maar de maatschappelijke trends tonen aan dat autobezit en gebruik minder vanzelfsprekend worden. Daarom zijn we aan het uitbreiden met nieuwe bedrijven en startups gericht op deze ontwikkeling." Er wordt veel gesproken over de toekomst en de rol van mobiliteit. AutoBinck helpt organisaties nu al bij het opzetten van een future proof mobiliteitsbeleid, het verbeteren van medewerkerstevredenheid en behalen van duurzaamheidsdoelstellingen. Autodelen, veiliger de weg op door telematica, het vereenvoudigen van administratie (denk aan declaraties) en reporting, het online kopen van een tweedehands auto, het zijn maar een aantal voorbeelden van de nieuwe activiteiten. "We werken concreet aan een eenvoudige toegang tot alle vormen van mobiliteit door middel van een mobiliteitspas, -apps en -platforms", aldus Zekhuis. "Het onder 1 dak brengen van een aantal van onze bedrijven maakt een gezamenlijke aanpak richting onze klanten nog eenvoudiger en efficiënter. Daar past een ondernemende omgeving bij. De keuze voor Utrecht was voor ons niet moeilijk, de stad heeft veel te bieden."

LINKIT CONSORTIUM WINT AANBESTEDING COA, IND EN DT&V

Het LINKIT consortium uit De Meern, samengesteld uit een aantal leidende specialistische bedrijven zoals DiVetro, Bartosz ICT en LINKIT, is geselecteerd als leverancier van flexibele IT inhuur door de Vreemdelingenketen, oftewel Centraal Orgaan opvang Asielzoekers (COA), Immigratie- en Naturalisatie Dienst (IND) en Dienst Terugkeer & Vertrek (DT&V). Met de gunning van de raamovereenkomst voor flexibele IT inhuur bij het COA, IND en DT&V bewijst het LINKIT consortium voor de 20ste keer succesvol te zijn. De raamovereenkomst start op 1 april en heeft een looptijd van vier jaar. De totale geraamde opdrachtwaarde betreft 128 miljoen euro, oftewel 300 FTE per jaar. Het samenwerkingsverband bestaat uit een aantal specialistische bedrijven. DiVetro is specialist in informatieanalyse, sourcing- en regievraagstukken en projectmanagement. Bartosz is specialist op het gebied van testen en kwaliteit in agile context. LINKIT is hoofdaannemer en specialist in systeem- en applicatieontwikkeling, integratie en beheer. Verder bestaat het consortium uit MotionIO als specialist Microsoft BI/BA vraagstukken en in portaal- en integratietechnologie (BizTalk/SharePoint) en INZIT als coöperatie van bedrijven die medewerkers met autisme een kans biedt op de IT-arbeidsmarkt. Eric Holierhoek van LINKIT: "Fantastisch dat we de komende vier jaar mogen meehelpen aan het optimaliseren en innoveren van de IT omgeving van deze organisaties met maatschappelijke impact. Niet voor niets komen ze met enige regelmaat in het nieuws al dan niet politiek ingegeven. Hierachter zitten strakke processen en procedures, ondersteund door complexe, geïntegreerde IT systemen die veel aandacht en zorg vereisen. Super dat we hier ons steentje aan kunnen bijdragen."

EN DE MEEST ONDERNEMERSVRIENDELIJKE POLITIEKE PARTIJ VAN DE PROVINCIE UTRECHT IS?

PROVINCIAAL ONDERNEMERS STATENVERKIEZINGSDEBAT UTRECHT

Wat betekent de provinciale politiek in de provincie Utrecht voor ondernemers en welke partij is het meest ondernemersvriendelijk? Ondernemers uit de provincie Utrecht waren op vrijdag 15 februari 2019 te gast bij Bol.com in Utrecht om die vragen tijdens het Provinciaal Ondernemers Statenverkiezingsdebat Utrecht, dat MKB-Utrecht en VNO-NCW provincie Utrecht organiseerden, helder te krijgen.

Om zeven uur 's ochtends meldden de provinciale lijsttrekkers van CDA, ChristenUnie, D66, GroenLinks, PvdA, PVV, SGP, SP, VVD, 50Plus en ondernemers zich bij Bol.com in Utrecht voor het verkiezingsdebat. Drie ondernemers uit de provincie Utrecht hebben vanuit hun eigen bedrijfssituatie een stelling gelanceerd waarover de lijsttrekkers met elkaar en met de aanwezige ondernemers in debat gingen. Tijdens het debat hebben de aanwezige ondernemers ook suggesties voor oplossingen c.q. beleidsvoorstellen aan de politieke partijen gedaan waarmee het nieuwe College van Gedeputeerde Staten en de politieke partijen na de verkiezingen concreet aan de slag kunnen gaan.

De drie ondernemers die een stelling voor het verkiezingsdebat hebben gelanceerd waren:

RUIMTE VOOR ONDERNEMEN

Margreet Kok, voorzitter Bedrijvenkring Bunschoten-Spakenburg, geeft aan dat de provincie Utrecht onvoldoende slagvaardig is om de uitbreiding van bestaande bedrijven en ruimte voor nieuwe bedrijven te faciliteren. Zij illustreert dit aan de hand van een case die op dit moment speelt op het bedrijventerrein in Bunschoten. Een technologisch bedrijf uit Bunschoten moet noodgedwongen, door tekort aan ruimte, uitwijken naar Almere.

BETERE AANSLUITING ARBEIDSMARKT EN ONDERWIJS

Serge Smit, lid van de Technologieraad Regio Utrecht en mede-eigenaar van Oxipack, introduceert de tweede stelling. 'Personeel is voor ons een hot item. Het is moeilijk om goed gekwalificeerd technisch personeel te vinden, op te leiden en samen te werken met het onderwijs'. Volgens Smit zou het makkelijker moeten zijn om technisch opgeleide mensen te vinden. Ook zit er een kloof tussen het bedrijfsleven en onderwijs: 'in sommige zaken moeten wij snel reageren en acteren en vangen we bot bij het onderwijs', aldus Smit. Smit vraagt tijdens het debat aan de politieke partijen of de provincie Utrecht ervoor gaat zorgen dat hij over vier jaar minstens twee reacties op een vacature krijgt.

PROVINCIE UTRECHT SLIBT DICHT

De derde stelling wordt geïntroduceerd door Peter de Rooy van De Rooy Transport-Logistiek en regiobestuur-

'ALS ER NIETS EXTRA'S
GEBEURT LOOPT DE
PROVINCIE UTRECHT DE
KOMENDE JAREN VAST.'

der bij TLN Noord-West. 'Als er niets extra's gebeurt loopt de provincie Utrecht de komende jaren vast'. Verdere verstedelijking en economische groei doen de behoefte aan mobiliteit flink toenemen. Steden groeien en moeten ondanks steeds verdere verdichting toch bevoorraad worden. Ook de snelwegen en de provinciale wegen lopen vast. Treinen, bussen en sneltrams zijn, zeker in de spits, overvol en fietspaden krijgen steeds meer- en verschillende fietsen te verwerken. De vraag van De Rooy aan de politieke lijsttrekkers is dan ook welke concrete maatregelen zij gaan nemen om de groei van mobiliteit (inclusief goederenvervoer) de komende jaren te faciliteren en financieren.

EN DE WINNAAR IS...

Gebaseerd op de antwoorden van de lijsttrekkers stemden de ondernemers aan het einde van het debat over welke politieke partij de meest ondernemersvriendelijke van de provincie Utrecht is. 'Stemmers kozen de VVD tot winnaar, op de voet gevolgd door D66.'

11





ELSKES DOETS ROLMODEL VOOR AMBITIEUZE JONGE VROUWEN

12 "GRIJZE MUIZEN ZIJN ER AL GENOEG"

Elske Doets is eigenaar van Jan Doets America Tours. Als Zakenvrouw van het Jaar nam zij in 2017 het initiatief voor de Young Lady Business Academy. Een programma voor ambitieuze jonge dames van 15 tot 25 met een droom: een eigen bedrijf starten, CEO worden of minister. "Er zijn kansen genoeg voor vrouwen. Maar ze moeten ze wel zelf pakken."

Dat Elske Doets actief werd in het bedrijf van haar vader Jan kwam niet als een verrassing. "Van jongs af aan was ik geïnteresseerd in het zakelijke wel en wee. In vakanties en op vrije uren was ik in het bedrijf te vinden; stempelen en telexen. Tijdens een rechtenstudie diende zich de keuze aan: wil ik later als jurist faciliterend zijn en vooral andermans problemen oplossen? Of iets creëren en zelf het verschil maken?"

LOUTEREND

Het werd – met overtuiging – dat laatste. Elske Doets kwam in het familiebedrijf en nam in 2001 alle aandelen over van haar vader. "De gebeurtenissen van 11 september veranderden de wereld ingrijpend. Ik werd in één keer in het diepe gegooid. Want bedenk goed dat ik na de overname een miljoenschuld had. Die periode was een ultieme test en een louterende

ervaring." Doets loodste haar bedrijf met verve door het zware weer. "Voordeel was dat ik zelf alle beslissingen kon nemen, niet geremd door gewoonte of historie." Zij investeerde fors in ICT. "In de reissector zijn de marges laag. Je moet dus efficiënt werken, optimaal grip hebben op de bedrijfsvoering. Anders red je het niet. Waar mogelijk zijn processen geautomatiseerd. Dat stelde ons in staat om met 60% te groeien zonder dat extra mensen nodig waren."

OPTIMALE BELEVING

Met een specialisatie in de VS, Canada en IJsland koos Elske Doets ervoor om het aanbod te upgraden. "Een reis met ons betekent een topbeleving. Dat moet ook in een tijd dat mensen via internet veel zelf kunnen regelen. Ik gebruik vaak het Moraine Lake als voorbeeld. Een indrukwekkende plek die je gezien

moet hebben als je in Canada bent. Er wordt echter maar een beperkt aantal mensen toegelaten. Regel je het zelf dan kun je er alleen om 7 uur 's ochtends terecht. De impact van deze bijzondere plek is dan beperkt. Wij beschikken over 18 cabins pal aan het water. De beleving daar is optimaal. Dat is onze meerwaarde in een notendop." Het zorgt ervoor dat een groot deel van de klanten Jan Doets kiest op basis van positieve ervaringen van anderen. "40% is een spin-off van tevreden klanten, 30% boekt opnieuw. Er zijn zelfs mensen al vijftig keer met ons op reis geweest."

ALTIJD ALERT

De reismarkt is competitief terwijl externe factoren veel impact hebben. "Bosbranden, uitbarstende vulkanen, een shutdown; elk jaar is er wel iets. We moeten altijd alert zijn, voorbereid op het onverwachte. Als er iets gebeurt, wachten we niet tot klanten bellen met vragen maar zoeken zelf contact. Dat wordt zeer gewaardeerd." Op dit moment zijn mensen terughoudend, merkt Doets. "Zaken als Brexit en Trump maken onzeker. Media versterken dat gevoel. Op dergelijke sentimenten heb je als reisorganisatie geen invloed. Wel zorgen we ervoor dat intern alles optimaal op orde is. Als het sentiment weer positief wordt, zijn we er klaar voor."

DAMES MET EEN DROOM

De uitverkiezing tot Zakenvrouw van het Jaar in 2017 kwam voor Elske Doets als een verrassing. "Ik wilde deze titel vooral gebruiken om de positie van vrouwen een impuls te geven." Ook daarin toont Doets zich ondernemend. Ze startte de Young Lady Business Academy. "Een programma voor jonge vrouwen van 15 tot 25 jaar met een droom: een eigen bedrijf, CEO worden of minister. Ambitie en talent zijn daarbij niet genoeg. Zelfvertrouwen is onmisbaar; je moet uit je comfortzone durven komen. In de academy helpen wij daarbij, onder meer door rolmodellen ervaringen te laten delen. Zo zien de jonge meiden dat dromen werkelijkheid kunnen worden. En dat het bijvoorbeeld goed mogelijk is om een topfunctie met een gezin te combineren."

"VOORDEEL WAS DAT IK ZELF ALLE BESLISSINGEN KON NEMEN, NIET GEREMD DOOR GEWOONTE OF HISTORIE."

RUTTE EN MAXIMÁ

De Elske Doets Young Lady Business Academy is een schot in de roos. "Het podium als Zakenvrouw van het Jaar heb ik vooral gebruikt om de academy te promoten. Velen waren onder de indruk van de dromen en drive van de jonge meiden. Premier Mark Rutte gaf een masterclass en koningin Maximá bracht een bezoek aan de academy. Dat zorgde voor een stroomversnelling."

Begin juli vindt de vierde editie plaats in het Erasmus Centre for Entrepreneurship. Het animo is groot. "Deelnemers vinden het geweldig om een week lang op te trekken met andere gemotiveerde meiden met uiteenlopende achtergronden. Ook voor elkaar zijn ze rolmodellen. En dat is nodig, want hun ambitie stuit regelmatig op weerstand. In Nederland hebben we moeite met mensen die hun dromen uitspreken. Zeker als het jonge meiden zijn. Heel jammer, want er zijn juist mensen met ambitie nodig die boven het maaiveld uitsteken. Grijze muizen hebben we al genoeg."

"ER ZIJN MENSEN MET AMBITIE NODIG DIE BOVEN HET MAAIVELD UITSTEKEN."

GELUK VEREIST LEF

De uitverkiezing tot Zakenvrouw van het Jaar en de ervaringen met haar academy hebben Doets persoonlijk verrijkt. "Ik ontmoet bijzondere mensen en doe bij tal van gelegenheden mijn verhaal." Het bracht Doets ertoe, haar ervaringen en visie vast te leggen in een boek: Het lef om gelukkig te zijn. "Veel mensen leven op de automatische piloot, werken vooral voor hun hypotheek. De vraag: 'Heb ik echt gekozen voor wat me gelukkig maakt?' wordt amper gesteld. Terwijl deze vraag cruciaal is. Mijn boodschap daarbij: toon lef. Durf te dromen en leg de lat hoog."

OP DE APENROTS

Als meer vrouwen de raad van Elske Doets opvolgen, zal hun aandeel in topfuncties stijgen. "Quota zijn betuttelend en daar ben ik niet van. Ook heb ik niets met vrouwen die zich verenigen om samen tegen mannen te strijden, om ze zo van hun positie op de apenrots te stoten. Mannen en vrouwen zijn verschillend en dat is prima. Als ze samenwerken en wat van elkaars eigenschappen overnemen, heeft iedereen daar baat bij." Kansen zijn er genoeg, benadrukt Doets. "Maar het is aan vrouwen zelf om deze te pakken. Door ambitie te tonen en keuzes te maken, ook privé. Succes komt niemand aanwaaien. Je moet er wel echt voor gaan."

De Young Lady Business Academy helpt jonge vrouwen bij het realiseren van hun droom.



COACH IN DE EREDIVISIE

Elske Doets heeft een brede interesse. En durft te dromen. Dus steekt ze haar ambitie ooit coach te worden van een Eredivisieclub niet onder stoelen of banken. "Ronald de Boer is jeugdtrainer bij Ajax en ik ben een dag met hem meegeelopen. Daar trof ik mensen met een open mind; ik kreeg leuke reacties." Er zijn veel parallellen tussen sport en bedrijfsleven. "In beide gevallen gaat het er immers om, teams met individuele talenten te motiveren en optimaal te laten functioneren. De voetbalwereld is conservatief en gesloten. Het lijkt me een uitdaging om daar met een frisse blik een bijdrage te leveren. Dus wie weet..."



14 FC UTRECHT WIL MAATSCHAPPELIJKE IMPACT VERDER VERGROTEN

RECHT UIT HET HART

Niet alleen sportief, ook maatschappelijk wil FC Utrecht het verschil maken. Partners spelen daarbij een belangrijke rol. Om maximaal resultaat te halen uit de gezamenlijke inspanningen kiest FC Utrecht Maatschappelijk voor drie speerpunten: ouderen, jeugd en de eigen supporters.

Maatschappelijke betrokkenheid zit in het DNA van FC Utrecht. "Het is onze tweede pijler naast het voetbal," zegt Nynke Bakker, manager FC Utrecht Maatschappelijk. De aantrekkingskracht van de club is groot. "De emotie die FC Utrecht losmaakt, brengt mensen en initiatieven in beweging. Zo kan de club op maatschappelijk gebied veel bereiken. Sponsors en andere stakeholders verwachten zo'n rol ook van ons. Die vult de club in stad en regio met volle overtuiging in. Het komt recht uit ons hart."

NIET ALLEEN

Bij de maatschappelijke inspanningen spelen partners een cruciale rol. "Wij willen en kunnen het niet alleen doen," stelt Sanne Pater. Als accountmanager is zij bij

FC Utrecht Maatschappelijk verantwoordelijk voor het onderhouden en uitbouwen van het partnernetwerk. "Tal van organisaties en bedrijven helpen ons om de maatschappelijke impact te vergroten. Bijvoorbeeld met de Provincie Lounge die bij de start van dit seizoen officieel werd gelanceerd." Samen met een aantal bedrijven creëert FC Utrecht met deze skybox een locatie waar relevante maatschappelijke thema's aandacht krijgen (zie kader).

FOCUS NOODZAKELIJK

FC Utrecht Maatschappelijk heeft drie speerpunten: jeugd, ouderen en de eigen supporters. Bakker: "We krijgen enorm veel aanvragen. Het liefst honoreren we alles maar dat gaat simpelweg niet. Om onze inspanningen gericht in de zetten, is focus noodzakelijk. Natuurlijk kijken we of de thema's blijven aansluiten bij actuele ontwikkelingen." Ook tijdens wedstrijddagen laat de club haar maatschappelijke gezicht zien. "FC Utrecht moet voor iedereen toegankelijk zijn. Daarom hebben we onder meer een blindentribune en een tribune voor rolstoelers. In de Charity Box kunnen bijvoorbeeld ernstig

MAATSCHAPPELIJKE SKYBOX

In de Provincie Lounge van FC Utrecht draait het bijna elke thuiswedstrijd om een actueel maatschappelijk thema. Vaste partners a.s.r., BAM Bouw & Techniek, Bis Econocom, Dietz Strategie & Communicatie en Douwe Egberts treffen dan organisaties die raakvlakken hebben met het onderwerp. "Ook vertegenwoordigers van gemeenten in de regio haken aan, net als leden van onze maatschappelijke adviesraad," aldus Pater. Aan bod kwamen onderwerpen als ouderen en eenzaamheid, wijken in beweging en de uitvaart van de toekomst. "Elke sessie is er een gastspreker; er ontstaat discussie en interactie. De impact van zo'n bijeenkomst gaat dan ook veel verder dan de wedstrijd dag alleen. Er worden verbindingen gelegd die op lange termijn van waarde zijn." Dat de maatschappelijke skybox een schot in de roos is, blijkt uit het gemiddelde waarderingscijfer van 8,4. Bakker: "Een prima score, maar we blijven verbeteren en vernieuwen."

"ALS MAATSCHAPPELIJK PARTNER VAN FC UTRECHT ZIJN WIJ BLIJ MET DE TOTSTANDKOMING VAN DE FINANCIËLE LESMODULE FC UTRECHT LEERT. HIERMEE KUNNEN WE SAMEN NOG MEER KINDEREN EEN GOEDE BASIS GEVEN OM LATER FINANCIËEL ZELFREDZAAM TE ZIJN."

Marijke Troost,
hoofd a.s.r. foundation.

Willibrord van Beek, voormalig commissaris van de Koning en Frans van Seumeren bij de opening van de Provincie Lounge.

zieke supporters samen met familie of vrienden een wedstrijd bijwonen. Vaak is het de laatste keer dat zij een bezoek brengen aan Stadion Galgenwaard."

KRACHTIGE ROLMODELLEN

Samen met a.s.r., Zorg voor de Zaak en Norton ontwikkelde de club FC Utrecht Leert, een lespakket voor basisscholen in de provincie. "Deze richten zich op een gezonde leefstijl, financiële zelfredzaamheid en online veiligheid. Belangrijke thema's die op een toegankelijke, aansprekende manier worden gebracht." FC Utrecht-spelers fungeren hierbij als krachtig rolmodel. "Vaak horen we van docenten: als ik iets vertel, komt het niet aan. Maar als een van julië spelers het zegt, nemen jongeren de boodschap direct serieus."

OLD STARS

Ook bij de oudere doelgroep zijn rolmodellen belangrijk. "Al jaren treffen ruim dertig 65-plussers elkaar elke woensdag op Zoudenbalch, het trainingscentrum van de club," zegt Pater. "Onder begeleiding spelen deze OldStars dan walking football. Naast het sportieve aspect is het vooral ook een sociaal moment waarop leeftijdsgenoten elkaar ontmoeten." Regelmatig brengt een aantal OldStars aansluitend een bezoek aan Dagbestedingscentrum Oost. "Ze maken een praatje met bewoners, halen samen herinneringen over vroeger op. Dat wordt zeer gewaardeerd."

De OldStars helpen FC Utrecht ook bij het promoten van walking football onder regionale amateurclubs. "Het is een mooie manier om beweging te stimuleren en zorgt tegelijkertijd voor sociale interactie tussen de ouderen. Gelukkig doen steeds meer amateurclubs mee."

POLONAISE

Al is het nog maar twee keer georganiseerd, het kerstdiner voor ouderen is niet meer weg te denken bij de maatschappelijke initiatieven van de club. Bakker: "Spelers bedienen de gasten en schuiven mee aan. De ouderen vinden het geweldig, gaan

met ze op de foto en lopen samen de polonaise." Niet alleen ouderen, ook spelers genieten tijdens zo'n event. "Na de zomer kreeg ik van de teamleider namens hen al de vraag of het kerstdiner ook dit seizoen weer op het programma stond. Mooi om te zien dat het zo leeft onder de spelers. Ook de partners die dit diner mogelijk maken, genieten volop mee."

KLEINE STAP

FC Utrecht Maatschappelijk wil de zichtbaarheid van haar activiteiten verder vergroten. "Nog te vaak horen wij: ik wist niet dat jullie dit allemaal doen. Onbekend maakt onbemind. Hoe meer partijen kennis nemen van onze maatschappelijke initiatieven, hoe groter de impact kan zijn. Het zorgt ervoor dat nog meer partijen enthousiast worden en aanhaken bij onze projecten en initiatieven." Dat geldt zeker voor de leden van FC Utrecht Business, benadrukt Pater. "Zij zijn immers al betrokken bij de club. De stap om zich samen met ons ook maatschappelijk in te zetten is klein."

SKYBOX IN HET WKZ

Dat kan bijvoorbeeld bij een actueel project in het Wilhelmina Kinderziekenhuis (WKZ). "Elk jaar staat FC Utrecht daar een week lang centraal met spelersbezoeken, sportieve activiteiten en theater," zegt Bakker. Al brainstormend ontstond de wens om blijvend van betekenis te kunnen zijn voor de kinderen in het ziekenhuis. "Daarom wordt nu druk gewerkt aan onze 32e skybox; niet in het stadion maar in het WKZ. Een ruimte die de sfeer van de club ademt. Kinderen maar ook hun ouders kunnen zich hier terugtrekken en in een andere wereld de ziekte even vergeten." Opening van deze bijzondere plek is voorzien bij de start van het nieuwe seizoen. Pater: "Samen met een aantal partijen uit ons netwerk zorgen we voor de invulling en funding. Zo wordt een shirt van de wedstrijd tegen Vitesse op zondag 14 april geveild; de opbrengst komt ten goede aan de nieuw te realiseren WKZ-skybox. We hopen dat nog veel meer regionale bedrijven dit geweldige initiatief omarmen."





DE NIEUWE SUBARU OUTBACK

Automaat, All Wheel Drive, Comfortstoelen, EyeSight



EEN PROEFRIJ OP MAAT? VIREOAUTO.NL/OUTBACK
OFFICIEEL SUBARU DEALER REGIO UTRECHT



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.

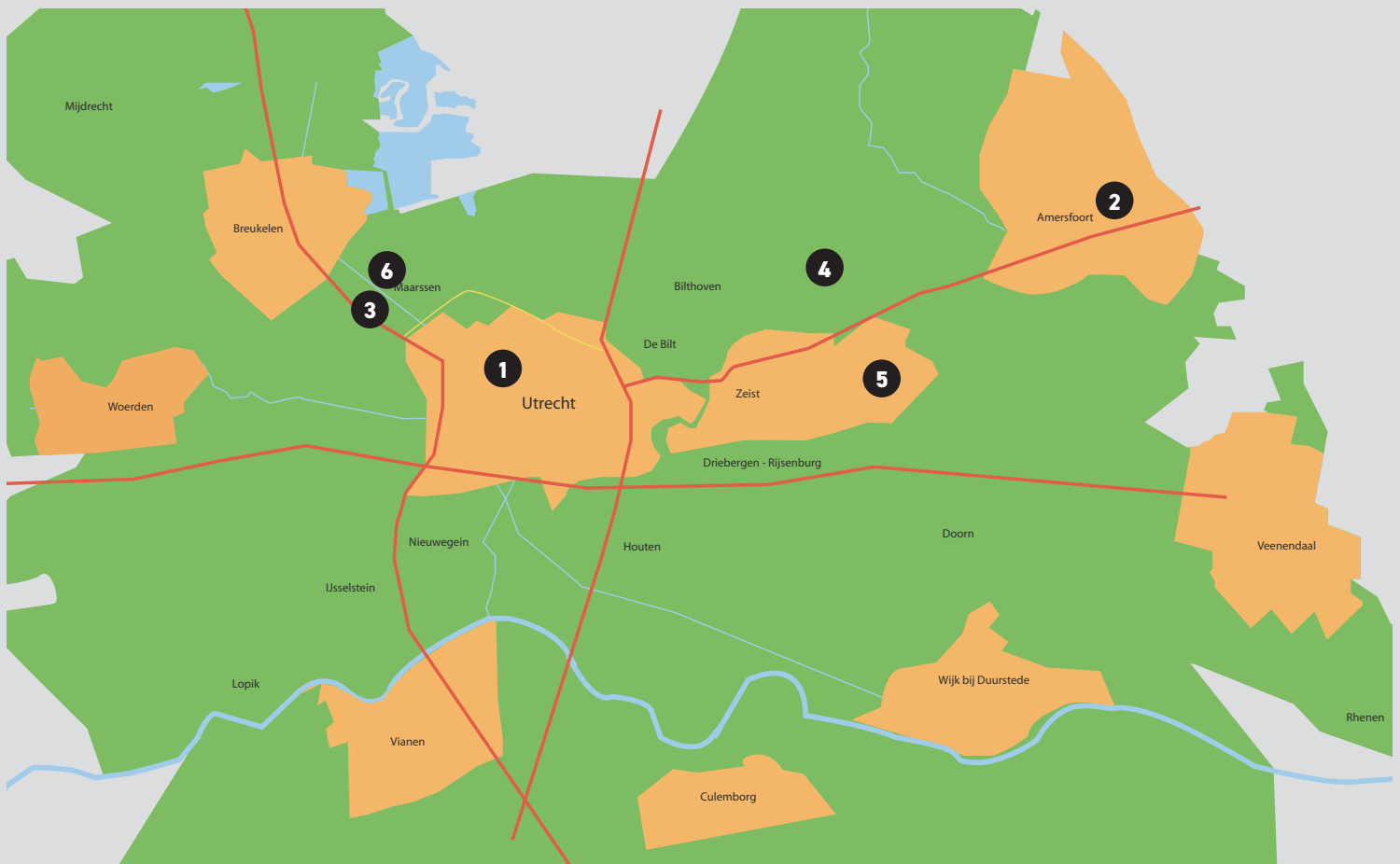
Vireo Auto valt onder de Stern Groep, de grootste dealerorganisatie van Nederland en sinds jaar en dag een beursgenoteerde onderneming. "Dat klinkt misschien wat ver weg voor het MKB, maar hier in Amersfoort werken we heel lokaal en persoonlijk, waarbij de klant absoluut geen nummer is," stelt vestigingsmanager 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



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

RESTAURANT T'WAPEN VAN HAARZUYLEN

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

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

TOPLOCATIES



4


CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN



www.kontaktdercontinenten.nl - Soesterberg

5

www.woudschoten.nl

nice to meet

 **Woudschoten**
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

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 Maarssen
T 0346-561590 - www.deheerenvanmaarssen.nl





INDUSTRIE 4.0 IN DE VERSPANENDE INDUSTRIE

Het zal u niet ontgaan zijn dat er binnen de maakindustrie volop wordt gesproken over Industrie 4.0, ook wel Smart Industry genoemd. Industrie 4.0 heeft alles te maken met digitalisering en automatisering, maar wat moet u hier als metaalverspaner mee? Cellro is gespecialiseerd in universele automatiseringsoplossingen voor de verspanende industrie. Als specialist in automatisering van CNC-machines weet Cellro als geen ander hoe belangrijk het is om de stap naar automatisering te zetten. Zeker binnen de verspanende industrie gaat er met automatisering een wereld aan mogelijkheden voor u open.

WORD ONDERDEEL VAN DE REVOLUTIE

Wat een jaar geleden als nieuw werd gezien kan nu alweer achterhaald zijn. Er wordt niet voor niets gesproken over een digitale revolutie. In sneltreinvaart wordt ICT geïntegreerd in het gehele productieproces – van ontwerp tot distributie – en komen er nieuwe product-technologieën op de markt. Er ontstaat een zogenaamde smart factory. Proces, mens en machine staan continu met elkaar in verbinding en gaan steeds slimmer en sneller te werk. Industrie 4.0 heeft betrekking op de gehele maakindustrie. Daar hoort de verspanende industrie natuurlijk ook bij.

ZELFSTUREND EN FLEXIBEL PRODUCTIEPROCES

Een slim productieproces betekent bijvoorbeeld dat machines de capaciteit hebben om zelfsturend én zelflerend te werk te gaan. Flexibiliteit is een ander sleutelwoord dat de veranderingen in de verspanende industrie kenmerkt. Producten met verschillende specificaties worden in verschillende hoeveelheden en looptijden geproduceerd in een volledig geautomatiseerd proces. U zult zien dat u en uw concurrenten steeds efficiënter én sneller te werk kunnen gaan.

TOENAME IN WERKGELEGENHEID

Vaak wordt er gedacht dat automatisering leidt tot een afname in werkgelegenheid. Het tegenovergestelde blijkt echter waar. Terwijl automatiseringsrobots het simpele beladingswerk overnemen, kunnen technici zich bezighouden met andere taken. Dit betekent vaak dat zij eindelijk werk op niveau kunnen doen. Bovendien zorgt automatisering voor een enorme groei bij verspanende bedrijven, waardoor er weer meer banen vrijkomen. Ondertussen werken de beste engineers aan de hardware en software van automatiseringsoplossingen. Zo zijn we bij Cellro continu op zoek naar software engineers en andere specialisten die ons team uit te breiden en te versterken.

EENVOUDIGER DAN U DENKT

Robots worden autonomer, flexibeler en coöperatiever. De functionaliteiten van beladingsrobots blijven daarnaast uitbreiden en sluiten hierdoor goed aan op de behoeften van metaalverspaners. Bovendien is het implementeren van een beladingsrobot in uw organisatie eenvoudiger dan u denkt. Cellro's geheim zit hem in de modulariteit van de robots en ons plug-and-play-principe. Daar komt nog eens bij dat u een zeer gunstige ROI kunt verwachten.

KANSEN GENOEG

Het is nogal wat: investeren in een beladingsrobot en uw productieproces veranderen. Het kan geen kwaad om eerst eens te kijken hoe zo'n beladingsrobot te werk gaat voordat u deze aan uw CNC-machine koppelt. Daarvoor kunt u uiteraard altijd contact opnemen met Cellro. Dat mag natuurlijk ook als u geïnteresseerd bent in een baan in de robotica. Kansen genoeg, dus zorg er in ieder geval voor dat u de boot niet mist!

Elise de Koning
www.cellro.com



Johan de Boer
 Johan.de.boer@greyt.nl / www.greyt.nl

‘OVERZICHT, RUST EN STRUCTUUR, ZODAT DE ONDERNEMER KAN ONDERNEMEN’

Johan de Boer, woonachtig in Utrecht, heeft ruim 25 jaar ervaring als Controller, Financieel Manager en CFO. Het creëren van overzicht, rust en structuur is zijn doel. Dit doet hij nu bijna drie jaar als zelfstandig Finance professional vanuit de netwerkorganisatie Greyt.

Waar bij grotere bedrijven altijd wel een ervaren CFO rond loopt, is dit in het MKB niet altijd het geval. Toch is de vraag naar die ervaring even groot. Vanuit die behoefte is zes jaar geleden Greyt ontstaan, een landelijk team van 20+ CFO's en controllers. We werken als part time CFO's of controllers, brengen veel ervaring met ons mee, hebben in vrijwel elk denkbare branche onze sporen verdiend. Dit geeft een prachtig palet, waar veel bedrijven hun voordeel mee doen. Ik ben vooral thuis in de vastgoedsector, maar kan ook in de bouw- en installatiesector uit de voeten.

Ik geloof niet in het model van de dure adviseur die een advies neerlegt en daarna weer vertrekt. Ik sta voor mijn adviezen en voer die ook graag uit. Het begint vaak met een korte, intensieve periode. Op een gedegen wijze richten we ons op het creëren van overzicht, rust en structuur.

Voor vrijwel alle ondernemers, die ik heb geholpen, fungeer ik nog steeds als klankbord en begeleid ik de mensen die bij de financiën van hun bedrijven betrokken zijn. Dat varieert van een dag per week tot een paar uur per maand. Ik blijf dan hameren op goede, regelmatige rapportages. Maar ik richt me vooral op de wat langere termijn, vertaal de plannen van de ondernemer in een prognose. Dit werkt dan ook weer goed richting betrokken banken en investeerders.

Een ondernemer die zich weer 100% kan focussen op ondernemen, dat is het mooiste compliment dat ik kan krijgen.



THE S-UNIT: PENTESTEN MET NADRUK OP MENSELIJK INZICHT

MAATPAK IN HACKEN

De invloed van dataverkeer blijft onophoudelijk toenemen en vraagt om een navenante ontwikkeling in digitale beveiliging. Dagelijkse kost voor The S-Unit, een bedrijf dat penetratietesten uitvoert om kwetsbaarheden naar boven te halen. Het ethisch hacken gebeurt geautomatiseerd, maar vooral ook handmatig, omdat het beschermen van de 'kroonjuwelen' van een onderneming altijd maatwerk vormt.

"To defend against an attacker, you must know how to think like one", valt te lezen op het visitekaartje van Dirk van Veen, die vier jaar geleden samen met collega's Sjoerd Versteeg en Barry van Kampen de afdeling 'The S-Unit' van hun voormalige werkgever verzelfstandigde. Het formuleert precies de gedachte achter ethisch hacken: zwakke plekken in de IT van een bedrijf opsporen en daarmee de klant handvatten

geven om beveiligingsmaatregelen te (laten) treffen. "Je voert dus aanvallen uit, binnen de ICT-sector beter bekend als penetratietesten, kortweg pentesten," legt Van Veen uit. "Wij doen dat binnen ons team van tien experts, die vrijwel altijd op afstand werken en zich in de dagelijkse praktijk continu ontwikkelen. In bijna elke case komt wel weer iets nieuws naar voren, dat de tester vervolgens deelt met zijn collega's." The S-Unit werkt met een multidisciplinair team dat veel menselijke inbreng in plaats van alleen scripting toevoegt, aanbevelingen op technische en diverse procesniveau doet, onzekerheid wegneemt, inzicht geeft in de beveiligingsstatus van de IT-omgeving en veel kennis heeft van mobiele applicaties.

CONTRACTAFSPRAKEN

Welke zaken kunnen aanleiding geven om een specialist als The S-Unit in te schakelen? "In het bedrijfsleven ontstaat steeds meer bewustzijn omtrent digitale

beveiliging, mede door de invoering van de AVG. Soms leeft dat besef meer bij medewerkers - vaak op een specifieke afdeling - dan bij het management. Aandringen op het investeren in betere security heeft niet altijd effect, maar het laten uitvoeren van een penetratietest die aantoont hoe makkelijk gevoelige gegevens op straat komen liggen maakt wél indruk. Verder ontstaat er steeds meer wettelijke regelgeving en maken leveranciers en afnemers contractafspraken met elkaar die beveiligingseisen bevatten, waaronder het periodiek laten uitvoeren van een pentest. Dat komt met name voor in bedrijfskolommen waar betaalsystemen of - zoals bij medische zaken - persoonsgegevens van toepassing zijn. Steeds vaker moeten partijen die zich bezighouden met ontwikkeling, bijvoorbeeld van webwinkels, zorgplatformen, klantportalen, infraoplossingen of kantooromgevingen, hun producten laten testen om de veiligheid ervan te kunnen aantonen. Meestal blijft niet bij een eenmalige exercitie; het betreft immers altijd een momentopname."

AANVALSOPPERVLAK

The S-Unit besteedt veel aandacht aan de voorbereiding op een penetratietest. Van Veen: "We peilen zorgvuldig de behoefte van de klant en spreken op basis daarvan de scope met hem af, die we het aanvalsoppervlak noemen. Het is voor de onderneming belangrijk om zoge-

zegt haar kroonjuwelen te beschermen, zoals financiële en persoonsgegevens, toegang tot een beveiligd netwerk of scheiding van klanten, met name bij het aanbieden van diensten in de cloud. Het aanvalsoppervlak kan zich beperken tot een website en/of mobiele applicaties, maar soms krijgen we carte blanche om alles wat onder de bedrijfsnaam valt in het trajectplan op te nemen. Daarbij richten wij ons niet zo zeer op social engineering, dus het testen van mensen, maar op de technische kant. Op die manier kunnen we heel gericht aantonen waar het fout gaat, tot welke consequenties dat leidt en welke acties je moet ondernemen om de kwetsbaarheden op te lossen."

OUT-OF-THE BOX DENKEN

Na het in overleg bepalen van de scope treedt het testtraject in werking, op iteratieve wijze, dat wil zeggen het doorlopen van een cyclus. "Wat zien we aan zwakke plekken binnen het aanvalsoppervlak, kunnen we ze daadwerkelijk misbruiken - soms zit er toch een bepaalde mate van beveiliging achter - en zijn we vervolgens in staat om dieper binnen te dringen? We gebruiken geautomatiseerde scantools, maar die herkennen over het algemeen alleen bekende en gepubliceerde kwetsbaarheden, zoals updates van Windows en webservers. De bevindingen doorgronden en correleren tussen applicaties en zwakke plekken, daar zijn deze

tools vaak weer niet zo sterk in, dus gaan we ook handmatig dingen interpreteren en manipuleren. Dat betekent out-of-the-box denken en er een creatieve blik op loslaten. Maatwerk, dus." Als voorbeeld noemt Van Veen een webformulier. "Daar vullen we alle mogelijke waarden in, ook heel rare, om te zien of de applicatie ze op een veilige manier verwerkt. Stel je voor dat het mogelijk blijkt om de database binnen te komen en daar commando's in te voeren. Een ander voorbeeld is de gevoeligheid voor onveilig uploaden: dat je niet een plaatje verzendt, maar een bestandje met een code om de volledige webserver over te nemen."

WANNACRY-VIRUS

Waar liggen zoal de kwetsbaarheden in het bedrijfsleven? "Er valt veel te winnen in grote kantoornetwerken," zegt Van Veen, zelf veelvuldig actief als pentester. "Bij de meeste die wij onder de loep nemen lukt het ons om binnen één à twee dagen volledig beheerder te worden. Standaard wachtwoorden, slecht geconfigureerde netwerkschijven, de logingegevens van beheerders in scripts opslaan, we komen het heel vaak tegen. Rondom webapplicaties gaat het veelal om programmeerfouten, die een hacker toegang geven tot de database of het besturingssysteem van de server. Deze zijn vaak te herleiden tot de toptien van kwetsbaarheden, zoals gepubliceerd door de wereldwijde organisatie OWASP. Verder stuiten we regelmatig op verouderde versies van besturingssystemen, webservers en applicaties die erop draaien. Een tijdje geleden stelde een medewerker van ons binnen een bepaalde organisatie vast dat honderd werkstations kwetsbaar waren voor het WannaCry-virus: één druk op de knop en ze werden allemaal overgenomen."

HACKWEDSTRIJDEN

Heeft The S-Unit het traject van penetratietesten binnen een bepaalde tijdspanne afgerond, dan volgt een rapportage met de kwetsbaarheden, analyse van incidentele en structurele oorzaken, het gevolg voor de kroonjuwelen en advies over oplossingen. Van Veen: "Op verzoek bieden we ook nazorg, zoals het reviewen van maatregelen in de ontwerpfase en het periodiek opnieuw testen van bestaande of wisselende onderdelen. Verder organiseren we hackwedstrijden en workshops voor medewerkers van klanten, waaraan een toenemende behoefte bestaat. Op maatschappelijk vlak stellen we onze kennis beschikbaar aan een nieuwe generatie in het mede door ons geïnitieerde project 'Hack in the Class', waarmee leerlingen van basisscholen en het voortgezet onderwijs kennismaken met de goede kant van het fenomeen hacken. Een stukje bewustwording voor de toekomst, dus. Digitale beveiliging wordt immers alleen maar belangrijker."

Meer informatie: www.the-s-unit.nl



'IN HET
BEDRIJFS-
LEVEN
ONTSTAAT
STEEDS MEER
BEWUSTZIJN
OMTRENT
DIGITALE
BEVEILIGING,
MEDE DOOR DE
INVOERING VAN
DE AVG.'



WORDEN SLAPENDE DIENSTVERBANDEN EINDELIJK WAKKER?

Sinds de inwerkingtreding van Wet werk en zekerheid besluiten veel werkgevers om werknemers die twee jaar ziek zijn in dienst te houden, zodat zij geen transitievergoeding hoeven te betalen. Deze constructie wordt ook wel het 'slapende dienstverband' genoemd. Een aantal zieke werknemers heeft geprobeerd om via de rechter alsnog het recht op een transitievergoeding af te dwingen. Deze werknemers kregen lange tijd nul op het rekest. Daarin komt nu waarschijnlijk verandering.

WET COMPENSATIE TRANSITIEVERGOEDING

Op 20 juli 2018 is de Wet Compensatie Transitievergoeding gepubliceerd. Deze wet maakt het voor werkgevers mogelijk om de transitievergoeding gecompenseerd te krijgen die zij hebben betaald aan de langdurig zieke werknemer. De compensatie geldt voor zowel tijdelijke arbeidsovereenkomsten die niet worden verlengd waarbij de werknemer ziek is als arbeidsovereenkomsten voor onbepaalde tijd die worden opgezegd vanwege langdurige ziekte. Beëindigingsregelingen vallen ook onder het bereik van de compensatie. De vergoeding geldt niet voor het deel van het dienstverband dat enige tijd 'slapend' is gehouden. De compensatie bedraagt dus maximaal de vergoeding waar de werknemer recht op heeft als hij of zij direct na twee jaar ziekte wordt ontslagen. De periode waarin een loonsanctie aan de werkgever is opgelegd, telt ook niet mee bij de berekening van de compensatie. Deze wet zal in werking treden per 1 april 2020.

UITSpraak SCHEIDSGERECHT GEZONDHEIDSZORG

Ook het Scheidsgerecht Gezondheidszorg liet zich recentelijk uit over een slapend dienstverband. Het Scheidsgerecht overwoog dat de werkgever in aanmerking zou komen voor compensatie van de transitievergoeding. Ook meende het Scheidsgerecht dat de arbeidsovereenkomst van de werknemer inhoudsloos was geworden doordat hij inmiddels drie jaar ziek was en er geen benutbare (arbeids)mogelijkheden bestonden. Daarnaast achtte het Scheidsgerecht het van belang dat de werknemer nog maar enkele maanden te leven zou hebben en dat de werkgever na het overlijden van de werknemer geen transitievergoeding meer zou hoeven te betalen. Gelet daarop oordeelde het Scheidsgerecht dat de werkgever door het goed werkgeverschap verplicht was om de arbeidsovereenkomst met de langdurig zieke werknemer te beëindigen, waardoor de werkgever ook verplicht was een transitievergoeding te betalen.

BEHANDELING WET ARBEIDSMARKT IN BALANS IN TWEDE KAMER

Tot slot heeft minister Koolmees op 5 februari 2019 in het debat in de Tweede Kamer over 'Wet Arbeidsmarkt in Balans' laten weten dat hij het van groot belang vindt dat slapende dienstverbanden worden beëindigd. Hij heeft alle werkgevers opgeroepen om zo snel mogelijk een einde te maken aan slapende dienstverbanden.

WORDEN SLAPENDE DIENSTVERBANDEN EINDELIJK WAKKER?

Door de Wet Compensatie Transitievergoeding, de uitspraak van het Scheidsgerecht en de uitlatingen van de minister is het goed mogelijk dat rechters voortaan anders zullen oordelen over de toelaatbaarheid van het slapende dienstverband. Duidelijk is in ieder geval dat werkgevers rekening moeten houden met de ontwikkelingen bij de afweging of zij de arbeidsovereenkomst met de langdurig zieke werknemer al dan niet willen beëindigen.

mr. Linda van der Vaart
Van Benthem & Keulen Advocaten & Notariaat
e-mail: lindavandervaart@vbk.nl
telefoon: +31 30 259 55 52

OOK IDEAAL VOOR ZAKELIJKE MEETINGS

MARE E MONTE

Franco Lorello is een bekende naam in de wereld van de Italiaanse keuken. Sinds hij zich vorig jaar verbonden heeft aan Italiaans Restaurant Pizzeria Mare e Monte in Bennekom, heeft dat restaurant een stevige boost gekregen. Dankzij de afzonderlijke serre, uitermate geschikt voor bedrijfsmeetings en -partijen, moet nu ook de zakelijke markt de weg naar Mare e Monte gaan vinden.

Binnenkomen bij Mare e Monte, in het hart van Bennekom, is een beetje als thuiskomen. Eigenaar Franco Lorello en chef Riccardo hebben met hun volledig Italiaanse team een huiselijke sfeer gecreëerd, waarin het prettig verblijven is. "Heel belangrijk. Je moet ook aanspreekbaar zijn. Het is belangrijk hoe je mensen ontvangt, maar ook hoe ze weer weggaan. Ze moeten zich thuis voelen," weet Franco Lorello, die je over het vak sowieso niks meer hoeft te leren. De geboren Italiaan heeft een karrevracht aan ervaring in binnen- en buitenland en bezit meerdere zaken. "De laatste jaren heb ik veel in Azië gewerkt, onder andere als chef in Singapore, maar ook in landen als Thailand, Cambodja, de Filipijnen en Indonesië ben ik werkzaam geweest, vooral om mensen te begeleiden bij het openen van Italiaanse restaurants."

LORELLO IS EEN BEKENDE
NAAM IN 'HET WERELDJE'

BEKEND

Lorello is een bekende naam in 'het wereldje'. Foto's met mensen als Ronald en Erwin Koeman, Marco van Basten, Leo Beenhakker en Ruud Gullit - allemaal te gast geweest in één van Lorello's restaurants - bewijzen dat. De vriendelijke restaurateur staat bekend om het gebruik van goede producten. Hij importeert de authentieke ingrediënten rechtstreeks uit Italië, en levert ze bijvoorbeeld ook aan andere Italiaanse restaurants. Nog een manier dus waarop Franco een stukje Italië naar Nederland brengt.

ZAKELIJKE MEETINGS

Bij Mare e Monte kan niet alleen 'gewoon' gedineerd worden. Regelmatig worden speciale avonden georganiseerd, bijvoorbeeld in de vorm van een Wijndiner. "Op die avonden kook ik zelf", geeft Franco aan. "De gasten krijgen dan een vijfgangen diner, met telkens een toepasselijke wijn." Ook leuk voor een personeelsavond in de gezellige serre waarover Mare e Monte beschikt. Een ruimte die los staat van het restaurant zelf en die gehuurd kan worden voor bijvoorbeeld zakelijke evenementen. "Meetings, personeelsfeesten, verjaardagen, jubilea...mogelijkheden genoeg", geeft Franco aan. "De ruimte heeft een eigen ingang, er zijn buffetmogelijkheden, mensen kunnen hun eigen muziek draaien. Eigenlijk is alles mogelijk. Wat onze gasten willen, dat krijgen ze van mij."

Italiaans Restaurant Pizzeria Mare e Monte
Bakkerstraat 1
6721 WG Bennekom
0318 - 420 317
www.mare-e-monte.nl





JEFTA VAN DER MEIJDEN

is oprichter en directeur van Reinstaat Schoonmaak & Bedrijfsdiensten BV te Woudenberg. "Een schone omgeving verhoogt het werkplezier en de prestatie. Ik heb er plezier in mijn kennis te delen en het belang van schoonmaak onder de aandacht te brengen. Elke keer als dat lukt, dan maakt me dat blij."

DE LEIDINGGEVENDE VAN EEN SCHOONMAAKBEDRIJF

Kortgeleden werd bij een grote opdrachtgever een enquête gehouden over de kwaliteit van de schoonmaak en de beleving van de gebruikers. Het schoonmaakbedrijf scoorde een 7,6 en ging opgewekt naar de bespreking waar dit resultaat gepresenteerd werd. De facilitair manager maakte echter wel een kanttekening bij de resultaten. De gebruikers vonden twee schoonmakers van de dagploeg niet altijd even fris ruiken en de materialen waarmee gewerkt wordt zijn niet netjes en schoon. Of daar wat aan gedaan kon worden?

Ja leidinggevende, klanten reageren natuurlijk als ze zien met welke materialen we aankomen om de klus uit te voeren en door wie dit wordt gedaan. Meestal zeggen ze niets, maar ze denken het wel. Vaak hoor ik dat er wordt neergekeken op schoonmakers. Door te werken met vuile en onverzorgde materialen, en een onverzorgde niet frisse medewerker doen we niks anders dan dit negatieve beeld bevestigen.

Het is ook altijd interessant om te vragen naar de werkkast. Er zijn maar weinig leidinggevendenden die enthousiast reageren op deze vraag. Maar ze zijn er wel, leidinggevendenden die vol trots naar hun opgeruimde werkruinte lopen. Glimlachend laten zij dan de strakke inrichting en nette kasten zien. Ik geniet hiervan. Het heeft niks te maken met tijd, maar het gaat om goede en frisse discipline van de leidinggevendende die hij overdraagt op zijn medewerkers.

Gelukkig zijn steeds meer leidinggevendenden zich ervan bewust dat het beeld van de schoonmaak mede gevormd wordt door zijn of haar inzet. Natuurlijk, het negatieve imago waar de schoonmaak mee kampt, zal ook deze eeuw niet volledig omslaan. Maar leidinggevendenden, doe alsjeblieft je uiterste best om dit negatieve beeld niet te bevestigen. Zorg dat jij, je team en je spullen er representatief en schoon uitzien en vooral ook fris ruiken. Dan ben je al een heel eind op weg.



Foto: Simon Knappstein, locatie: Grand Hotel Karel V, Utrecht

ALS JIJ DURFT TE VRAGEN, DURVEN ANDEREN TE GEVEN!

De Utrechtse Uitdaging maakt zich sterk met ondernemers in het sociaal-maatschappelijk leven van Utrecht. Jonge honden en oude rotten in hetzelfde netwerk die iets voor hun stad doen.

Het kan groot. Zoals een tijdelijke camping in de tuin van een verpleeghuis. Ondernemers van De Uitdaging stonden meteen klaar om het vakantiegevoel van vroeger even weer terug te geven aan de bewoners. Een mooi voorbeeld van hoe je een grote vraag opdeelt in kleine stukjes. Maar het kan ook klein. Binnen enkele dagen stond een kale buurtruimte vol met grote planten van Bouwbedrijf BAM die na een verhuizing overtollig waren geworden.

WAT VOOR EEN BEDRIJF EEN LAST IS, WORDT VOOR EEN ANDER EEN LUST

Inge Voorhout, manager van De Utrechtse Uitdaging, glundert als ze het verhaal vertelt. De Utrechtse Uitdaging grossiert in dit soort verhalen of matches, zoals ze genoemd worden. Ondernemers van de matchgroep, die bestaat uit jonge honden en oude rotten uit het bedrijfsleven, zetten zich op vrijwillige basis in voor Utrecht. De Uitdaging helpt ze elkaar vinden.

MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN ONDERNEMEN, SOCIAL RETURN...

We weten het allemaal, maar concreet worden is nog niet altijd gemakkelijk. Op de sociale events van De Uitdaging is het dat wel. Het is dé plek waar maatschappelijke initiatieven en bedrijven met elkaar kennis maken en elkaar inspireren om iets terug te doen voor hun stad.

HET MEEST SOCIALE BIERTJE!

Natuurlijk willen we alcoholgebruik niet stimuleren, maar we zijn nu eenmaal de sociaalste borrel van Utrecht! Ondernemers die de Uitdaging ondersteunen, hosten onze events. F.C. Utrecht deed dat op 10 januari in de Galgenwaard en op 24 mei, van 17 tot 20 uur, zijn we bij De Werkspookkathedraal. Een imponerende industrieel erfgoedlocatie op steenworp afstand van het bruisende centrum van Utrecht.

Aanmelden kan via <http://eepurl.com/gj-RHf>.

Samen iets voor de stad doen?
Meld je aan voor het sociaalste biertje van Utrecht op 24 mei:
www.utrechtseuitdaging.nl
info@utrechtseuitdaging.nl
06.51644470

Heb jij ook het gevoel dat je te lang en te veel vergadert? Snak jij ook naar minder, maar wel energieke vergaderen?

DOET U MIJ MAAR EEN VERGADERDIEET!

Acties zoals alle meetings maximaal drie kwartier en alleen nog maar staand vergaderen klinken best stoer en ze kunnen zeker effect hebben, maar ze bieden geen garantie voor permanent vergaderplezier. Want het is met een vergaderdieet niet anders dan met ons eigen dieet: we reddten het vaak niet als we echt alleen puur gaan voor minder kilo's of voor elke dag een half uur hardlopen. Denken dat door geforceerd iets te roepen het wenselijke gedrag wel volgt, is een misvatting. Maar wat kenmerkt dan wel een goed vergaderdieet?

VIJF-STAPPEN-VERGADERDIEET

Er is een slimmere manier voor het succesvol verbeteren van onze meetings. Het gaat erom dat je het vergadergedrag bij de wortels aanpakt. Het vergaderdieet in vijf stappen:

- Stap 1: verzamel data over hoe mensen de huidige vergaderingen ervaren (je kunt een op onderzoek gebaseerde vragenlijst van 16 vragen aanvragen op www.robdehaas.nl).
- Stap 2: stel samen het lonkend perspectief vast voor het hele team: hoe zouden inspirerende, daadkrachtige meetings eruit zien, en wat doen jullie dan (niet meer)?
- Stap 3: kies sameneen concrete actie die bijdraagt aan dat



schitterende perspectief en spreek met elkaar af dat je elkaar hierop aanspreekt.

- Stap 4: evalueer deze actie na een tijdje, scherp de actie aan waar nodig totdat deze in het collectief vergadergedrag verankerd is
- Stap 5: formuleer samen een volgende, nieuwe actie die bijdraagt aan jullie lonkend perspectief en die naar jullie idee goed aansluit bij jullie wensbeeld.

GEZAMENLIJK WENSBEELD

Alle diëten werken beter als we ons gevoel kunnen verbinden met een verleidelijk beeld, dat als een magneet voor ons werkt: nog lang willen wandelen, tekenen, reizen, enz. maken het een stuk eenvoudiger om je aan je dieet te houden.

Waarom niet samen hardop uitspreken dat je grootste wens is dat je straks geen vergadering van deze groep zou willen missen? Samen een gezamenlijk wensbeeld van goede meetings vergroot de kansen op een succesvol vergaderdieet. De meest voorkomende wensen voor betere vergaderingen zijn:

- meer energie en inspiratie
- resultaatgerichtheid vergroten
- onderlinge relaties verbeteren



WENSBEELDI: MEER ENERGIE EN INSPIRATIE

Als je met elkaar kiest voor meer energie en inspiratie, dan is dat de focus waarmee je de vergaderingen voorbereidt en uitvoert. Richt je op de juiste mensen, uitdagende, spannende doelstellingen per agendapunt en zorg dat het om thema's gaat die er echt toe doen.

VERGADERINGEN WORDEN WORKSHOPS

Je komt er dan al snel achter dat wanneer de vergadergroep groter is dan zes mensen, je veel meer in subgroepjes gaat werken, zodat iedereen interactief meedenkt en gehoord wordt: vergaderingen als interactieve workshops met ruimte voor ieders inbreng.

WENSBEELD 2: RESULTAATGERICHTHEID VERGROTEN

Meer focus op het resultaat vereist dat je vooraf weet wat je met de bespreking wilt bereiken. Je vergroot de kans op een beter resultaat door vooraf deze vragen te beantwoorden:

- Voor wie is dit thema echt relevant?
- Past het onderwerp bij onze opdracht als team?
- Voor wie heeft het te nemen besluit consequenties?
- Wie heb ik er per se bij nodig om het besluit te nemen?

Het woord agenda komt van het Latijnse *Agendum*, wat 'dat wat om actie vraagt' betekent. Als je resultaatgerichter wilt werken, is het goed om je af te vragen of de tijd rijp is voor deze actie. Dus agendeer alleen thema's die of urgent en belangrijk zijn, of niet-urgent en belangrijk.

29

WENSBEELD 3: ONDERLINGE RELATIES VERBETEREN

Memorable bijeenkomsten die mensen lang bij blijven, kenmerken zich door een mix van persoonlijke verbinding en goede resultaten. In die volgorde ook, want wij zijn namelijk op ons best als we ons gehoord en gezien voelen.

OOG VOOR ONDERLINGE RELATIES

Een prachtig instrument om de onderlinge relaties blijvend te voeden, is de check-in, zoals gemeentesecretaris Jan l'Ortije die in het MT van afgelopen december 2018 inleidde. Het was werkelijk een juweeltje, waarbij de zeven deelnemers ieder op geheel eigen wijze ingingen op de drie vragen:

- Hoe gaat het met jou privé?
- Hoe gaat het met je team?
- Hoe gaat het met jou als leidinggevende?

Rustig vertelde ieder op haar en zijn eigen wijze wat hen bezig hield: zo ontstond een onzichtbare, sterke verbinding tussen de teamleden: een sterke basis van waaruit men vervolgens pittige discussies met elkaar aanging.



IEDEREEN AANDEELHOUDER BIJ INFI

“IK ZIE HET ALS EEN VERRIJKING VAN DIT BEDRIJF”

Voor Infi voelde het als een logische stap om medewerkers via de uitgifte van certificaten aandeelhouder te maken. “In feite bestendigen we daarmee wat we al deden en voegen er een financiële component aan toe.” Uit onderzoek blijkt dat organisaties waar medewerkers echte zeggenschap hebben winstgeverder en productiever zijn. Mensen zijn meer betrokken en blijven gemiddeld langer in dienst.

De Stichting Nederlands Participatie Instituut (SNPI) heeft haar wortels in De Ploeg. “Medezeggenschap was een rode draad in deze coöperatieve Brabantse werkgemeenschap,” zegt Pascale Nieuwland, directeur van SNPI. Aanvankelijk was deze non-profitorganisatie een kenniscentrum ter promotie van medewerkers-aandeelhouderschap. “Later zijn de activiteiten uitgebreid. Nu begeleidt SNPI jaarlijks tientallen bedrijven bij het gehele traject, van oriëntatie tot implementatie.”

STAK

Medewerkersparticipatie kent verschillende vormen. Bij winstdeling en het toekennen van opties is de reikwijdte puur financieel; zeggenschap is niet aan de orde. “Dat is wel het geval bij de uitgifte van aandelen of certificaten daarvan,” aldus Nieuwland. “Overdracht van aandelen moet

plaatsvinden via de notaris. Dat brengt telkens kosten met zich mee. Uitgifte van certificaten vereist vooraf het nodige papier- en regelwerk maar daarna kunnen deze onderhands worden verhandeld.” In dat geval wordt een deel van de aandelen ondergebracht in een werknemersstichting. “Zo’n stichting administratiekantoor – kortweg STAK – geeft certificaten uit die medewerkers kunnen aanschaffen. Het bestuur van de STAK vertegenwoordigt de certificaatbezitters in de aandeelhoudersvergadering. Medewerkers beslissen zo mee over belangrijke thema’s.”

FUNDAMENTELE KEUZE

Financiële werknemersparticipatie gaat veel verder dan het opstellen van een paar contracten, benadrukt Nieuwland. “Het raakt de essentie van een bedrijf. Met als onderliggende fundamentele vraag: wil je als eigenaar zeggenschap delen met

Of een medewerker nu 1 of 1.000 certificaten heeft, iedereen heeft evenveel inspraak bij Infi.

je medewerkers? Lang niet elke ondernemer durft dat aan. En dat hoeft ook niet. Als het vooral gaat om een financiële prikkel volstaat een goede winstdelingsregeling, desgewenst gekoppeld aan prestaties.”

Eigenaren die de meerwaarde zien van participatie met zeggenschap wacht een lang traject. “Vier pijlers verdienen aandacht: strategie en beleid; techniek; financieel; communicatie en HRM. Het goed opzetten en inregelen van financiële medewerkersparticipatie kost tijd en geld. Kortom: denk er niet te licht over.”

WEDERZIJDIG AFHANKELIJK

Volgens Nieuwland komt financiële medewerkersparticipatie in allerlei sectoren voor. “Maar meestal gaat het om dienstverlenende bedrijven, organisaties waar medewerkers het kapitaal vormen.” Zoals bij Infi. Met vestigingen in Utrecht en Amsterdam maakt dit bedrijf software op maat voor snelgroeiende klanten als Snappcar, Picnic en NLZIET. “Onze software raakt het hart, de kern van hun business,” zegt dga Daniel Roy. “Daarmee zijn wij mede verantwoordelijk voor succes en falen.” In het verlengde daarvan kiest Infi er bewust voor om maar een beperkt aantal klanten te bedienen. “Maar dan wel heel

“NEEM MEDEWERKERS
MEE IN HET PROCES
EN DE KEUZES DIE JE
MAAKT.”



MEER WETEN OVER FINANCIËLE MEDEWERKERS- PARTICIPATIE?

SNPI-directeur Pascale Nieuwland schreef een handboek met als titel Iedereen aandeelhouder, ISBN 978-90-8239-852-6. In maart 2019 bestaat SNPI vijftientig jaar. Ter gelegenheid daarvan ontvangt iedereen die het boek aanschaft (kosten 25 euro) en zich via de site aanmeldt voor de nieuwsbrief een tweede exemplaar gratis.

Meer informatie op www.snpi.nl

intensief. De wederzijdse band is hecht; we zijn echt van elkaar afhankelijk. Als een klant de relatie beëindigt, hebben wij een probleem. Maar omgekeerd ook.”

VERSCHIL MAKEN

Medewerkers waarderen de aanpak van Infi. “Bij ons kun je echt het verschil maken. Dit zorgt voor zingeving en spreekt veel mensen aan.” Programmeurs spelen een centrale rol in het bedrijf. “Ze worden gewaardeerd; het draait hier echt om hun. Ik zie Infi graag als een familie en hoop dat medewerkers het ook als zodanig ervaren. Er is veel aandacht voor hun persoonlijke ontwikkeling. Inpraak is vanzelfsprekend, net als transparantie.” Roy heeft geen geheimen voor zijn mensen. “Banksaldo, omzet, kosten, resultaat, performance bij klanten; alles wordt gedeeld, veelal realtime.”

PAAR TIENTJES PER STUK

Voor Roy voelde het als een logische stap om medewerkers aandeelhouder te maken. “In feite bestendigen we daarmee wat we al deden en voegen er een financiële component aan toe. Dat aspect moet goed geregeld zijn maar is een middel, geen doel. De essentie is het formaliseren van zeggenschap.”

Roy polste zijn idee bij de medewerkers. “De reacties waren positief. Vervolgens ben ik met ondersteuning van SNPI het traject gestart.” Infi koos voor de uitgifte van certificaten. “Vooralsnog is hiervoor 10% van de aandelen beschikbaar gesteld. Een aandeel is opgeknipt in 1.000 certificaten. Die kosten een paar tientjes per stuk. Het maakt de regeling laagdrempelig, een belangrijke wens. Iedereen in vaste dienst krijgt gratis een klein aantal certificaten, ook nieuwe medewerkers. Bijkopen kan eens per jaar.”

EERSTE RECHT VAN KOOP

Door deze constructie zijn letterlijk alle medewerkers aandeelhouder bij Infi. “Of je nu 10 of 1.000 certificaten hebt, iedereen heeft evenveel

inspraak. Het bestuur van de STAK vertegenwoordigt de certificaathouders in de aandeelhoudersvergadering. Inclusief de medewerkers zijn er nu vier aandeelhouders. Bij beslissingen zoals het aanstellen van een nieuwe directeur of een eventuele verkoop van het bedrijf zijn drie van de vier stemmen nodig. Als het de medewerkers lukt om een van de drie andere aandeelhouders van hun standpunt te overtuigen, kunnen zij dus besluiten tegenhouden. Overigens is vastgelegd dat personeel het eerste recht van koop heeft.” Vaak neemt ook iemand namens de oorspronkelijke aandeelhouders zitting in het STAK-bestuur. “Dat hebben wij bewust niet gedaan. Dan lijkt het immers alsof je medewerkers niet toevertrouwt om hun eigen afwegingen te maken. Dat is nu net de essentie van deze regeling.”

ONOMKEERBARE BESLUITEN

Eind januari werd de certificaatregeling geformaliseerd en zijn de stukken getekend. Wat ziet Roy als belangrijkste lessen? “Denk vooraf goed na over wat je met financiële medewerkersparticipatie wilt bereiken. Anders bestaat het gevaar dat het proces met je aan de haal gaat. Realiseer je ook dat je als oorspronkelijke aandeelhouders een aantal onomkeerbare besluiten neemt. De aandelen krijg je niet zomaar terug; er is immers geen verkoopplicht. Ook het overdragen van zeggenschap kun je niet meer terugdraaien.” Communicatie is cruciaal. “Leg medewerkers geen kant en klaar plan voor maar neem ze mee in het proces en de keuzes die je maakt. Als gaat om verstrekken van informatie verandert er bij ons niets nu medewerkers ook aandeelhouder zijn. We deelden immers alles al.”

ONDERSTEUNING EEN MUST

Er komt veel op je af, waarschuwt Roy. “Waardebepaling van het bedrijf, overleg met de Belastingdienst, juridische aspecten, stapels papierwerk; het kostte meer tijd dan vooraf ingeschat. Specialistische ondersteuning is wat mij betreft een must; je kunt dit niet zelf. Ik was blij verrast door de betrokkenheid en interesse van de medewerkers en de inzet van het STAK-bestuur. Al met al ben ik positief over de regeling. Het past in het tijdsbeeld om medewerkers niet alleen mee te laten praten maar ook echte zeggenschap te geven. Ik zie het als een verrijking van dit bedrijf.”

WINSTGEVENDER EN PRODUCTIEVER

SNPI-directeur Pascale Nieuwland merkt dat de belangstelling voor financiële medewerkersparticipatie toeneemt. “Veel bedrijven streven naar eigenaarschap van medewerkers en willen graag dat zij zich ondernemend gedragen. Met medewerkersparticipatie creëer je hiervoor de feitelijke randvoorwaarden. In de platformeconomie is het voor steeds meer bedrijven een aantrekkelijke manier om zich te organiseren. Onderzoeken laten zien dat bedrijven waar medewerkers formele zeggenschap hebben winstgevender en productiever zijn. Mensen zijn meer betrokken en blijven gemiddeld langer aan een bedrijf verbonden. Het werkt dus echt.”



ABRONA-VESTIGING BLOKZIJLPARK

'VERBINDING ZOEKEN MET BEDRIJFSLEVEN'

Middenin de Amersfoortse wijk Vathorst is Abrona-vestiging Blokzijlpark gevestigd. Op die vestiging wonen twaalf jongeren met een lichte verstandelijke beperking of lichte psychiatrische problemen, die onder begeleiding groeien naar zelfstandigheid. Ook binding met en zicht op een plek in het bedrijfsleven hoort daar bij. "Deze mensen hebben het bedrijfsleven veel te bieden", vertelt begeleider Kenneth Martens. "En andersom geldt natuurlijk hetzelfde."



Blokzijlpark ligt middenin de wijk Vathorst in Amersfoort en biedt cliënten (tussen de 21 en 40 jaar en met zorgprofielen ZZP VG 2, 3 of 4) een veilige woonomgeving waarin zij zichzelf kunnen ontwikkelen om door te groeien naar meer zelfstandigheid. De voorziening bestaat uit twaalf studio's met elk een eigen badkamer, sanitair, woon/slaapkamer en een gemeenschappelijk balkon. Daarnaast zijn er gemeenschappelijke ruimtes waar cliënten kunnen samenkomen om te eten en te drinken of om samen iets te doen. Op Blokzijlpark is 24 uur per dag begeleiding aanwezig en wordt competentiegericht gewerkt. Samen met de cliënt wordt doelgericht aan de toekomst gewerkt. Met de cliënt worden doelen gesteld waar naartoe gewerkt wordt.

BEGELEIDEN

Begeleider Kenneth Martens is trots als hij vertelt over zijn werk. Trots op de cliënten en op de resultaten die geboekt worden. Met zijn 24 jaar is hij voor sommige bewoners nog een broekie, maar Martens weet prima waar hij over praat. Na zijn studie kwam hij terecht in het talentteam van Abrona, de zorgorganisatie voor diverse doelgroepen met tientallen vestigingen in het midden van het land (zie kadertekst). Uiteindelijk kwam hij terecht bij de Amersfoortse vestiging Blokzijlpark waar we hem nu spreken en waar hij helemaal op zijn plek is. "Het geeft me heel veel voldoening om cliënten te begeleiden naar zelfstandigheid", zegt hij. "Dat begint vaak echt bij de basis.

Sommige jongeren die hier terechtkomen weten niet hoe je kookt, wast of het huis schoonmaakt. Daar gaan we dan mee aan de slag. Als ze aan het eind van de rit alles zelf kunnen, dan geeft dat best een kick."

TALENTEN BENUTTEN

Het scheelt daarbij volgens Martens enorm dat de jongeren waarmee hij werkt stuk voor stuk leergierig zijn. "Ze weten wat ze willen en één ding is dat ze stappen vooruit willen zetten. Juist daar willen we hen bij helpen en daarom willen we hen ook in contact brengen met het bedrijfsleven. Ik vind sowieso dat je alle mensen met een beperking een kans moet geven, maar deze jongeren hebben het ook echt in zich om ver te komen. Ze zijn jong en hebben allemaal hun eigen talenten. De één is super sociaal, een ander heel zorgzaam en weer een ander is heel slim. Wij helpen hen die talenten te benutten."

VERSCHILLEND

De jongeren in Blokzijlpark komen vanuit verschillende situaties binnen, geeft Martens aan: "Sommigen komen rechtstreeks vanuit het ouderlijk huis hier terecht, anderen hebben al zelfstandig gewoond, maar bleken daar toch nog niet helemaal klaar voor. Ook zitten hier jongeren die vanuit een andere Abrona-vestiging zijn overgekomen en die vanaf hier gaan doorgroeien naar de laatste stap: zelfstandig wonen met

ABRONA

Abrona biedt haar dienstverlening in vier kerntaken binnen de Wet langdurige zorg en de Wet maatschappelijke ondersteuning.

1. Specialistische Langdurige Zorg (ZZP 5 t/m 8, wonen en dagbesteding)
2. Generalistische Langdurige Zorg (ZZP 1 t/m 4, wonen en dagbesteding)
3. Behandeling & Expertise
4. Maatschappelijke ondersteuning

De dienstverlening voor wonen, dagbesteding en behandelen wordt in totaal op zo'n vijftig locaties in de provincie Utrecht aangeboden. De dienstverlening in de maatschappelijke ondersteuning vindt plaats in 26 gemeenten.

ambulante begeleiding." Martens geeft aan dat de situatie per cliënt verschillend is: "Sommige cliënten zijn al heel ver en hebben ons alleen nog als een soort achterwacht nodig, anderen hebben meer begeleiding nodig. De een gaat overdag gewoon naar zijn of haar werk, de ander naar de dagbesteding. We hebben het liefst dat jongeren hier twee jaar blijven, maar soms hebben ze wat langer de tijd nodig. Ook dat is mogelijk."

KUNNEN VEEL

Kenneth Martens benadrukt dat de cliënten zeker niet zielig zijn en veel kunnen betekenen voor bedrijven in de regio. "Niet elke cliënt zal een volledige werkweek kunnen draaien, maar op de momenten dat ze er zijn, kunnen ze heel veel. Eén van de jongens hier wast nu bussen bij een bedrijf, een baan die hem prima past en waar hij heel blij mee is. Het is alleen niet zo makkelijk

"NIET ELKE CLIËNT ZAL EEN VOLLEDIGE WERKWEEK KUNNEN DRAAIEN, MAAR OP DE MOMENTEN DAT ZE ER ZIJN, KUNNEN ZE HEEL VEEL."

om geschikte werkplekken te vinden. Vanwege de lichte beperking vallen ze vaak buiten een gediagnosticeerde groep en omdat ze dat stempel niet hebben, kan de afstand tot de maatschappij wat groter zijn. Ik zou graag zien dat bedrijven zich openstellen voor onze doelgroep. Kijk waar de mogelijkheden liggen. Onze cliënten vinden het leuk om bedrijven te helpen of bij te dragen aan activiteiten. We komen heel graag in contact met bedrijven die hier oren naar hebben. "



Kenneth Martens

33

NETWERKEN

Martens en zijn collega's zijn blij met de plek die ze met Abrona in Amersfoort hebben verworven. Net zoals de cliënten blij zijn met hun plek op de vestiging Blokzijlpark. De volgende stap is als het aan Martens ligt die van meer bekendheid en een sterkere binding met de bedrijven in Amersfoort. Het past volgens hem bij de ontwikkeling die de organisatie Abrona doormaakt: "De teams van de diverse vestigingen zijn in steeds grotere mate zelfsturend. Kijk, voor grotere uitgaven hebben we natuurlijk toestemming nodig, maar kleine aankopen mogen we zelf doen. Deze ontwikkeling betekent ook dat we zelf connecties moeten maken met bedrijven en met organisaties in het maatschappelijk veld. Netwerken dus en daar zijn we nu dan ook volop mee bezig. Veel bedrijven kennen ons nog niet of hebben geen idee hoe we elkaar kunnen helpen. Dat moet gaan groeien, want ik weet zeker dat zowel de bedrijven en organisaties als wij daar heel veel aan kunnen hebben."

Abrona Blokzijlpark
088 201 79 10
blokzijlpark@abrona.nl
www.abrona.nl



ALTERNATIEVE HARINGPARTY VOOR ONDERNEMERS

GREEN EVENT BIJ DE HEEREN VAN MAARSSSEN

Het is eind dit jaar al weer tien jaar geleden dat Jack en Irma Westerhout het pand aan de Maarsseveensevaart 7A in Maarssen ombouwden tot het eet- en drinklokaal De Heeren Van Maarssen. Onder hun bezielende leiding is het uitgegroeid tot een restaurant waar dineren in een ongedwongen sfeer voor zakelijke en particuliere gasten tot kunst is verheven. Initiatiefrijk is De Heeren Van Maarssen ook, getuige het 'Green Event' dat 14 juni plaatsvindt. Daarbij treffen ondernemers elkaar tussen 100 % elektrische auto's als alternatief voor de traditionele haringparty.

We kunnen het niet beter treffen als we te gast zijn bij Jack Westerhout van eet- en drinklokaal De Heeren Van Maarssen. De lente is wakker geschud en vele gasten genieten in een weldadige zon van een hapje en drankje op het buitenterras dat recentelijk is overkapt. Zakelijke deals worden tijdens de smakelijke lunch beklonken; oude vrienden treffen elkaar hier en - discreet in de zogeheten Heerenkamer - vindt een privébijeenkomst plaats. Dit is zoals hij het graag ziet,

geeft gastheer Westerhout toe. "Toen we al weer bijna tien jaar geleden deze horecagelegenheid overnamen, hadden we dit voor ogen. Het moest hét trefpunt van zakelijke en particuliere gasten worden. Ik kan nu al zeggen dat we daarin zijn geslaagd." En inderdaad: het aantal gasten dat zeven dagen per week tussen elf en elf het restaurant in het prachtige landelijke grensgebied tussen Utrecht en Maarssen bezoekt, bewijst van wel. Het ruime parkeerterrein staat ook vandaag weer behoorlijk vol.

INTIEM EN KNUS

Over het succes achter de zaak kan Westerhout kort zijn: het zit 'm in de laagdrempelige huiselijkheid. "Kijk om je heen; de sfeer is hier intiem en knus. We hebben niet meegedaan aan de rage om er een modern restaurant van te maken, al gaan we achter de schermen natuurlijk wel met onze tijd mee. Neem bijvoorbeeld ons nieuwe geautomatiseerde systeem van het doorgeven van de bestellingen zodat onze gasten veel minder lang hoeven te wachten op hun bestelling. Maar uiteraard blijft onze uitgebreide

kaart ook een trekker, zowel voor de lunch als het diner. Mijn zoon Marvin is tegenwoordig chef in de keuken. We hebben geen sterniveau-ambities maar je krijgt bij ons wel heerlijk te eten tegen een uitstekende prijs-kwaliteitsverhouding. Om maar eens in restauranttermen te blijven: we werken hier met de smakelijkste ingrediënten. Daarom doen we het hier geweldig.”

HEERENKAMER

Een ongekennde groot deel van zijn gasten bestaat uit zakelijke klanten, is de schatting van Westerhout, met name ondernemers uit de regio Utrecht. Westerhout: “Het bedrijfsleven heeft ons gevonden. We zitten centraal in Nederland, je kunt hier makkelijk parkeren, een moment relaxen of tijdens een smakelijke lunch je zakelijke besprekingen voeren.” Vanuit het bedrijfsleven is er een toenemende vraag naar presentatie- en vergaderruimtes, zo merkte het echtpaar Westerhout een aantal jaren geleden al op. En omdat zij graag op die ontwikkelingen wilden inspelen, is een jaar of vier geleden de Heerenkamer gerealiseerd, een aparte zaal waar gezelschappen tot 120 personen kunnen vergaderen en waar een besloten gezelschap tot zestig man lekker kan eten. “Tot dat moment werd een gedeelte van onze lounche voor zulke activiteiten gebruikt, maar de vraag om een aparte ruimte wilden we niet negeren. De Heerenkamer is een schot in de roos. Ons team verzorgt er vergaderingen, presentaties, trouwpartijen, familiediners, bedrijfsuitjes en bedrijfsfeesten. Momenteel vindt er een condoleance plaats. Dat behoort ook tot het leven.”

MILIEUBEWUSTE MERKEN

Relaties zijn belangrijk in het persoonlijke en zakelijke leven van de familie Westerhout. “Met een groot aantal zakelijke gasten zijn persoonlijke relaties ontstaan. Mede voor die gasten organiseren we jaarlijks een haringparty, maar dit jaar willen



we dat eens wat anders doen. We merken hier dat veel zakelijk rijders overstappen naar elektrische auto's van Tesla tot Jaguar en van Renault tot Volkswagen en Audi. Ik rijd zelf inmiddels in mijn derde CO2-neutrale auto, na twee Tesla's een Jaguar I-Pace. Nu organiseren we vrijdag 14 juni een Green Event. Daarbij kunnen milieubewuste autobedrijven hun puur elektrische auto's tonen en krijgen hun relaties de gelegenheid om onder het genot van een hapje en een drankje met milieubewuste merken kennis kunnen maken.” Toegegeven: hoewel zakelijke rijders meer en meer in klimaatneutrale auto's stappen, is dat nu nog niet duidelijk te zien op het parkeerterrein van De Heeren Van Maarssen. Het aantal laadpalen beperkt zich vooralsnog tot een, maar daar wordt achter de schermen natuurlijk aan gewerkt, verzekert Jack Westerhout. “We zijn uiterlijk dan wel niet een modern restaurant, maar we denken natuurlijk wel modern. Dus die laadpalen gaan er uiteindelijk komen. We doen alles voor onze gast. Dat beperkt zich niet tot heerlijk eten alléén.”



DIVERS EN INCLUSIEF:

HET WERKEN VAN DE TOEKOMST

Het bevorderen van een diverse en inclusieve arbeidsmarkt, waarbij het delen van kennis voorop stond; dát was het doel van het door de Slinger Utrecht en No Limits georganiseerde Congrestival 'Exclusief Inclusief', dat op 12 maart werd gehouden in het Provinciehuis Utrecht.

De Slinger Utrecht en No Limits wilden met het Congrestival vooral kennis delen. Beide partijen zien het belang van een diverse en inclusieve arbeidsmarkt en wilden tijdens het evenement jongeren met een arbeidsuitdaging en werkgevers op een laagdrempelige manier aan elkaar voorstellen om samen te

praten over diversiteit en inclusie. Dankzij de redactionele samenwerking met ProRail, UMC, ENGIE en VSBfonds kan worden teruggekeken op een zeer geslaagd programma.

In het Provinciehuis Utrecht werd het Congrestival geopend door Nora el Abdouni. Na het welkomstwoord van oprichter van De Slinger Utrecht, Hans van Ooijen, was het woord aan keynote speaker Joris Luyendijk.

JORIS LUYENDIJK

Joris Luyendijk begon zijn verhaal met de 'zeven vinkjes'-theorie. Zeven vinkjes die macht en succes bijna garanderen. Slechts 3% van alle Nederlanders kan alle zeven vinkjes afvinken: Man, Hetero, Blank,

Opgegroeid in de Randstad, Spreekt Algemeen Beschaafd Nederlands, Heeft hoogopgeleide ouders, Zelf hoog opgeleid. Luyendijk stelde de vraag waarom de Nederlanders met alle vinkjes bovenaan zitten. Waarom zit slechts 3% van de bevolking bovenaan en waarom spreekt deze 3% over de rest als minderheid?

De samenleving doet zich voor alsof iedereen gelijke kansen en gelijke rechten heeft. In de praktijk blijkt dit absoluut niet zo te zijn. Luyendijk pleit dan ook voor meer inclusiviteit. De top van onze samenleving moet zich bewust worden van hun eigen privileges en de 97% van de bevolking helpen; tegelijkertijd moet de 97% durven om voor zichzelf op te komen.

EXPERTMEETINGS

Niet alleen Joris Luyendijk voelt het belang van inclusiviteit. Bij 12 meetingpoints konden de deelnemers kennismaken met bedrijven en organisaties die inclusie hoog in het vaandel hebben staan. De 150 deelnemers (werkgevers en jongeren) ontmoetten elkaar en woonden vijf expertmeetings bij. Expertmeetings over onder andere omgaan met cultuurverschillen. Mustapha Bah, van Artikel 1 Midden Nederland, gaf een inspirerende presen-

DE SAMENLEVING
DOET ZICH VOOR
ALSOF IEDEREEN
GELIJKE KANS EN
GELIJKE RECHTEN
HEEFT. IN DE
PRAKTIJK BLIJKT DIT
ABSOLUUT NIET ZO
TE ZIJN.

tatie over de grote verschillen tussen culturen en hoe daar mee om te gaan.

Naast Mustapha vertelde ook Mo Assem, oprichter van Mr.Beam, vol passie over hoe hij zijn onderneming is gestart en tegen welke dingen hij aan liep. Abigail Foe-Aman vertelde over solliciteren, Siham Achahdoun, van ACHMEA, over het realiseren van een inclusieve arbeidsorganisatie en Souad el Habboubi over netwerken, communicatie en cultuur.

MEETINGPOINTS

Na de expertmeetings konden de werkgevers en jongeren, onder het genot van een drankje en een hapje, nader kennis maken met elkaar, ervaringen delen en zoeken naar een match. Een mogelijkheid om met elkaar te spreken en te sparren. Wat kunnen we voor elkaar doen? Hoe gaan we met elkaar om?

De Slinger Utrecht zet zich in voor het belang van de stad Utrecht. De organisatie gelooft in een Utrecht waarin ondernemende mensen met hart en ambitie vormgeven aan een betrokken economie: sociaal, duurzaam en technologisch.

Meer informatie op: www.deslingerutrecht.nl





Gelukkig zijn er de MAMAS

Lokale Zuid-Afrikaanse vrouwen geven de armste kinderen een toekomst

Trouw, liefdevol en onverzettelijk
Dát is MAMA POWER

Steun de MAMAS voor €5 per maand
www.kinderfondsmamas.nl

Kinderfonds
mamas 



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**



JOLANDA VAN SOEST

In april 2018 richtte Jolanda van Soest samen met haar man BVS Sociaal Metaal op, waar gemotiveerde mensen met een arbeidsbeperking halffabricaten en eindproducten vervaardigen voor sectoren als de bouw, automotive, de veevoederindustrie, machinebouw en designers. Dankzij goede begeleiding en oprechte erkenning blijken de medewerkers in staat om de hoge en constante kwaliteit te leveren die het in Veenendaal gevestigde bedrijf nastreeft.

TROTS

Laatst kwam ik een foto tegen die een glimlach op mijn gezicht toverde. Hij werd gemaakt voor IW4, waarvan wij vorig jaar onder de naam BVS Sociaal Metaal de metaalwerkplaats hebben overgenomen. Ik herinnerde me hoe een aantal gedetacheerde collega's druk in de weer was met de voorbereiding van de foto, die een stukje van hun werk zou laten zien. Ze zochten naar mooie producten en keken of de werktrui netjes zat, met het logo goed in beeld. 'Kijk, Jolanda, dit neem ik mee,' zei de medewerker, toen hij op de fiets sprong. Een beetje spannend vond hij het wel. Het leek misschien alsof iedereen druk met niks was, maar je kon de trots op het werk bij hem en zijn collega's van het gezicht aflezen.

KLANTTEVREDENHEID

Terecht. Je draagt iets bij aan de organisatie en dat doet ertoe. Wij vinden het heel belangrijk om dat te erkennen en dat actief te laten merken, bijvoorbeeld door terugkoppeling over de kwaliteit van de producten en de klanttevredenheid te geven aan de medewerkers. Wanneer ik door de hal loop en belangstellend vraag waarmee ze bezig zijn, vertellen ze daar graag over en dan zie je ze meteen al 'glimmen'. Ze zeggen erbij naar welk bedrijf hun product gaat en welke collega de volgende bewerking uitvoert. Dat wij-gevoel, die verbroedering, geeft iets essentieels aan: ze voelen zich trots op zichzelf en op elkaar, op de organisatie als geheel. Aandacht voor kleine dingen doet al zoveel. Wanneer ons bedrijf ergens in een tijdschrift staat, zorgen wij ervoor dat iedereen intern dat te zien krijgt. Nou, reken maar dat onze medewerkers dan allemaal een exemplaar willen ontvangen, om aan familie en vrienden te tonen wat voor werk ze uitvoeren en in welk bedrijf. Tijdens de laatste nieuwjaarsbijeenkomst vertelde ik dat het bestelwagentje dat we aangeschaft hebben de verdienste was van hún inspanningen. Heel simpel: iedereen wil ergens werken waar hij of zij gezien wordt.

TOEGEVOEGDE WAARDE

Als de mensen op de werkvloer merken dat ze echt een toegevoegde waarde leveren, brengt dat je bedrijf heel veel goeds, kan ik uit ervaring zeggen. Ondanks het feit dat ze bij ons allemaal een bepaalde arbeidsbeperking hebben ligt het ziekteverzuim uitzonderlijk laag. Verder springen de medewerkers heel serieus en verantwoordelijk met fouten om en maken ze waar wat wij van ze verwachten, ook al ligt de lat hoog. Ze weten dat wij staan voor kwaliteit en afspraken nakomen, bijvoorbeeld met betrekking tot levertijden. Dat respecteren ze en daaruit volgt een hoge klanttevredenheid. Bij de overgang van de IW4-werkplaats naar het nieuwe bedrijf BVS Sociaal Metaal vorig jaar ging 95 procent van de bestaande afnemers mee en daarna kwamen er diverse nieuwe bij. Dat merken onze medewerkers en zo versterkt het hun trots, wat een opwaartse spiraal oplevert. Wees je ervan bewust als ondernemer dat mensen het verschil maken en dat iedereen kan en mag meedoen. Benader ze met een positieve houding. Kijk niet naar beperkingen, maar naar mogelijkheden.

IN VIJF FASEN NAAR EEN GEZONDE ORGANISATIE

“Duurzame inzetbaarheid: daar moeten we wat mee. Daarmee stellen we onze organisatie veilig voor de toekomst. Hoe houden we onze medewerkers inzetbaar, op welke manier kunnen zij gezond en met de meest relevante kennis doorwerken tot aan hun pensioen?”

Of je nu voor een grote multinational werkt of sturing hebt over 25 werknemers in een MKB; geen organisatie ontkomt tegenwoordig nog aan het onderwerp duurzame inzetbaarheid. Wellicht heeft jouw organisatie grote stappen gezet of staan jullie op het punt eraan te beginnen. In de praktijk merken we dat veel organisaties het best lastig vinden om het juiste startpunt te vinden en om daarna samenhang te waarborgen in alle goedbedoelde initiatieven; van interventies op het gebied van gezondheid, tot opleidingsmogelijkheden, medewerkerstevredenheidsonderzoeken, enzovoort. Waar te beginnen?

In een reeks van vijf redactionele bijdragen zullen wij, Maarten Jan Stam (initiatiefnemer Inhealth) en Sandra Engelbertink (initiatiefnemer VIT), je meenemen in een aantal fases die je kunt doorlopen op weg naar een toekomstbestendige organisatie met gezonde en inzetbare medewerkers:

- Fase 1: Belang van duurzame inzetbaarheid: waarom is het zo belangrijk hiermee aan de slag te gaan?
- Fase 2: Visie en plan van aanpak: waar wil je als organisatie naartoe en hoe kom je daar? Duurzame



inzetbaarheid levert pas echt iets op als het gekoppeld is aan de doelen en ambitie van de organisatie.

- Fase 3: Actie: afhankelijk van je doelstellingen stappen gaan ondernemen, zoals het verzuim op orde brengen, passende interventies selecteren en medewerkers activeren zelf aan hun inzetbaarheid te werken.
- Fase 4: Monitoren: het rendement is er. Maak dit inzichtelijk door kwalitatieve en kwantitatieve gegevens bij elkaar te brengen.
- Fase 5: Borgen: hoe zorg je ervoor dat het niet bij eenmalige goede bedoelingen blijft, maar de inspanningen echt onderdeel worden van jouw organisatie?

BELANG VAN DUURZAME INZETBAARHEID

We trappen de reeks af met een aantal voorbeelden van vragen waar je als organisatie mogelijk mee te kampen hebt. Al deze vragen tonen het belang van duurzame inzetbaarheid aan.

Hoe voorkom ik personeelstekort en verlies aan kennis?

Grote trends in de arbeidsmarkt laten zien dat veel organisaties te maken hebben met ontgroening (het is lastig jong talent binnen te halen) en vergrijzing



'BANEN VERANDEREN
IN RAP TEMPO.
TECHNOLOGISCHE
ONTWIKKELINGEN
ZULLEN EEN DEEL VAN
DE BANEN OVERBODIG
MAKEN, ANDERE BANEN
ZULLEN EEN ANDERE
INVULLING KRIJGEN.'

41

(mensen moeten steeds langer doorwerken tot hun pensioen) in hun personeelsbestand. Hoe houd je personeel vast en trek je nieuw personeel aan?

Hoe krijg ik het verzuim binnen onze organisatie naar beneden?

Medewerkers die wegens ziekte niet kunnen komen werken; het kan je als organisatie veel geld en zorgen kosten. Hoe zorg je enerzijds voor een daling van het huidige verzuimcijfer en anderzijds voor het nemen van preventieve maatregelen?

Hoe blijven wij de ontwikkelingen in de markt voor?

Banen veranderen in rap tempo. Technologische ontwikkelingen zullen een deel van de banen overbodig maken, andere banen zullen een andere invulling krijgen. Daarnaast is de manier waarop we werken en leven combineren aan verandering onderhevig. Hoe zorg je als werkgever dat jouw personeel klaar is voor de toekomst en dat je niet achter de feiten aanloopt?

Bovenstaande vragen zijn typerend voor organisaties die in de startblokken staan om aan de slag te

Inhealth is een creatief bureau dat organisaties helpt rondom vitaliteit, gezondheid en inzetbaarheid. Onze expertise ligt in het verbinden van deze thema's met de strategische ontwikkeling van organisaties. We maken de creatieve vertaling naar concepten, programma's en (online) onderzoek & communicatie.
www.inhealth.nl
Maarten Jan Stam
maarten-jan@inhealth.nl
06 1508 6964

VIT biedt onafhankelijke ondersteuning aan ondernemers in het MKB op het gebied van Vitaliteit, Inzetbaarheid en Tevredenheid.
www.vitmkb.nl
Sandra Engelbertink
s.engelbertink@vitmkb.nl
06 2134 4178

gaan met duurzame inzetbaarheid. Wellicht is jouw organisatie al vele stappen verder en loop je tegen andere dingen aan, zoals:

- Hoe overtuig ik het management ervan dat extra investering noodzakelijk is? Hoe maak ik rendement inzichtelijk?
- Hoe krijg ik onze medewerkers zo ver zelf in actie te komen? En hoe bereik ik iedereen, in plaats van slechts een selecte groep aan proactieve medewerkers?
- Er ontstaat een oerwoud aan losse producten, diensten en ondersteuning. Hoe schep ik weer orde in de chaos?

Wat het ook is; het is evident dat elke organisatie, groot of klein, gebaat is bij een focus op gezond ondernemerschap. Wat is voor jou de belangrijkste aanleiding?



KOOIJMAN AUTOGROEP: 60 JAAR FAMILIEBEDRIJF

OOSTERSE MENTALITEIT

Oprecht gastheerschap en een voortdurend streven naar verbetering, dat kenmerkt de oosterse wereld. Die mentaliteit dient al vele decennia lang als inspiratiebron voor Kooijman Autogroep, dat niet toevallig de kwaliteitsmerken Toyota en Kia vertegenwoordigt. In een wereld van grote dealerconglomeraten weet dit familiebedrijf al zestig jaar zelfstandig te blijven en vast te houden aan zijn kernwaarden.

In de autobranche begint het steeds zeldzamer te worden dat nazaten van de oprichters nog aan het roer staan van de onderneming. Niet voor niets zocht Zuidenwind Filmproducties in 2014 de Kooijman Autogroep op in samenwerking met NTR om de documentaire 'Garage 2.0' te maken, over een familiebedrijf in de mobiliteitssector dat erin slaagde de crisis op een gezonde manier te overleven. De uitzending behaalde zelfs een tweede plaats in de Gouden Kalf-verkiezing. "We leggen de lat heel hoog, vanuit het streven dat er altijd iets te verbeteren valt," vertelt Gert Kooijman, die samen met Jacob Sterrenburg en Klaas van Ooijen de directie voert. "Daarin nemen we een voorbeeld aan de oosterse cultuur, die we van dichtbij kennen van onze merken Toyota en Kia. Deze ambitie vraagt om

een goede verslaglegging met een sterke focus op kpi's. We doen interne en externe bedrijfsvergelijkingen, zetten mystery shoppers in en houden enquêtes onder klanten, want uiteindelijk gaat het erom hoe zij ons ervaren."

OPENT DE OGEN

Je proeft de bevoegenheid bij Gert Kooijman. "Ons contact met de klant is anders. We benaderen hem met gevoel, we willen een warme deken om hem heen leggen, ons inleven in zijn situatie en daar proactief op reageren. Wanneer een bedrijf een order plaatst voor tien bestelwagens, kun je natuurlijk makkelijk een offerte uitwerken, maar wij vragen dóór: 'Waarom zou je dit type en uitvoering nemen?', 'Heb je hier en daar aan gedacht?' Dat opent de ogen en op dat moment ga je een relatie in plaats van een leveringsovereenkomst aan." Ook daar weerspiegelt zich de oosterse cultuur, in passie en gastheerschap. Volgens Kooijman werkt dat inspirerend richting de medewerkers, net als de drang tot continue verbetering. "Ik voer altijd zelf de sollicitatiegesprekken en vraag dan stevast: 'Waarom wil je hier werken?' en 'Wat onderscheidt je?' Als ik de antwoorden hoor, heb ik de meeste gevallen mijn besluit al genomen."

“MIJN VADER, ARIE KOOIJMAN, BEGON IN 1959 VANUIT ZIJN OUDERLIJK HUIS IN VIANEN VOOR ZICHZELF EN REPAREREDE EIGENLIJK ALLES WAT OP WIELEN STOND.”

WITTE WAS SMERIG

In 2019 bestaat Kooijman Autogroep zestig jaar, wat natuurlijk een mooie aanleiding geeft om kort in de geschiedenis te duiken. “Mijn vader, Arie Kooijman, begon in 1959 vanuit zijn ouderlijk huis in Vianen voor zichzelf en repareerde eigenlijk alles wat op wielen stond. Toen hij een eigen woning betrok, sloopte hij de zolder eruit om een hefbrug kwijt te kunnen. Vrachtwagens repareerde hij op straat, tot ongenoegen van de burens, zeker als hij zijn kachel op afgewerkte olie stookte en de witte was aan de lijn smerig werd. In 1961 kocht hij grond op de huidige locatie aan de Stuartweg en begon daar een garagebedrijf met een Shell-tankstation. Friesche Vlag gaf mijn vader opdracht voor levering van een serie DAF-vrachtwagens en daaruit rolde een dealerschap van dat merk. Bij dat zware materieel lag echt zijn hart, hoewel hij ook personenwagens van Opel begon te verkopen, als subdealer. Wat hij ook deed, kwaliteit leveren stond altijd op nummer één.”

TOYOTA STUNT TEAM

Bij dat laatste past het in 1971 verworven dealerschap van Toyota heel goed, aangezien dat merk sinds mensenheugenis tot de koplopers behoort in betrouwbaarheidsstatistieken. “Toen importeur Louwman & Parqui mijn vader benaderde, liep hij zelf ook al een tijdje met de gedachte rond om deze auto’s te gaan verkopen. Hij wist dat er erg goede producten uit Azië kwamen en zag in de combinatie



met zijn eigen manier van werken een potentiële succesfactor. Zo’n relatief nieuw merk aan de man brengen betekende dat je de gevestigde orde opzij moest duwen. Toevallig zag hij in de Verenigde Staten het Toyota Stunt Team in actie en dat bracht hem op een idee: ‘Als ik dat nou eens naar Vianen haal?’ Zo geschiedde. Drie dagen lang vermaakten we hier op het terrein een massa toeschouwers die een kaartje hadden gekocht. Celica’s reden op twee wielen en zelfs over een schans heen, motorfietsen vlogen door een vuurkoepel en in de pauze showden wij onze nieuwste demo-Toyota’s. Ik zat ook achter het stuur, als jochie van acht.”

LELIJKE SECRETARESSSE

In 1983 kwam Gert Kooijman in de zaak werken, vijf jaar later volgde zijn broer Ton, die zich vooral op het bergingsbedrijf richtte. Toen eerstgenoemde in 1985 zijn hart volgde en van de werkplaats naar de showroom verhuisde, kreeg hij boekhouder Klaas van Ooijen aan zijn zijde. “Mijn rechterhand, tot op de dag van vandaag. Ik noem hem ook wel ‘mijn lelijke secretaresse’ of ‘mijn derde broer.’ We hadden direct



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 uitgekiende 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!





een klik en zijn altijd zeer loyaal aan elkaar gebleven.” Van Ooijen herinnert zich: “Gert hield er een andere filosofie op na dan zijn vader. Sowieso interesseerde hij zich veel meer voor personenwagens en stootte later de vrachtwagens ook af. Op dag één besloot hij de voorraad gebruikte auto’s flink uit te breiden, om de klant keuze te geven. Verder koos hij voor een snellere doorloop, door genoeg te nemen met kleinere marges.” Kooijman beaamt dat. “Liever vijf keer honderd gulden verdiend dan één keer vijfhonderd. Het leverde namelijk veel meer klanten op voor service en onderhoud.”

VIJFTIEN PALMBOMEN

Gert Kooijman beschrijft zichzelf als een ‘mensenmens, geboren als verkoper’. “Van meet af aan ging ik de boer op om onze auto’s en ons bedrijf onder de aandacht te brengen. Ik bezocht bedrijven, we stonden op markten en braderieën en naar goed voorbeeld van mijn vader organiseerden we allerlei evenementen, van een ballonvaart hier vanaf het terrein tot een Mid Summer Occasionshow met vijftien palmbomen hier aan de weg, zes à zeven meter hoog.” Van Ooijen vult aan: “Weet je de Sportwagenshow nog, waarbij we ook bolides van andere merken uitstalden? Of de Auto + Caravanshow, in samenwerking met Avento uit Meerkerk? Konden de mensen met een complete combinatie proefrijden. Voor de zakelijke markt hebben we recentelijk een drukbezochte presentatieavond rondom rijden op waterstof georganiseerd, met een hoofdrol voor de Toyota Mirai. Verder verzorgde onze eigen divisie Flex Autolease recentelijk een informatiebijeenkomst waar relaties alle vragen mochten stellen over zakelijke mobiliteit.”

ZEVEN JAAR GARANTIE

In de loop der jaren breidde Kooijman Autogroep zich uit met dealervestigingen in Tiel (1993), Utrecht (2001) en Naarden (2016), naast de services op het gebied van leasing, schadeherstel, berging en het tankstation, dat na zestig jaar nog altijd het Shell-label draagt. “Wij zijn zeer trouw aan onze leveranciers,” verklaart Gert Kooijman. Dat geldt eveneens voor de relatie met Toyota, maar in 2006 omarmde de onderneming tevens het ambitieuze Koreaanse merk Kia. “Fabrikanten vrezen vaak dat consumenten overlopen, iets dat ik in de praktijk niet vaak zie gebeuren. Albert Heijn en Lidl trekken ook elk hun eigen doelgroep; voor ons bleek het echt een aanvulling. Kwalitatief begint Kia zich de laatste jaren echt op het niveau te begeven waar Toyota zit, wat onderstreept wordt door zeven jaar garantie. Ik kreeg een keer de kans om het productieproces in Korea te volgen en raakte behoorlijk onder de indruk van de doordachte logistiek, die ervoor zorgt dat Kia veel minder voorraden hoeft aan te houden. Een pull- in plaats van een push-strategie.”

“IN 2011 BEHOORDEN WIJ TOT DE PIONIERS IN NEDERLAND MET EEN ERKEND DUURZAAM-LABEL VAN DE BOVAG.”

ERKEND DUURZAAM PLUS

Maatschappelijk verantwoord ondernemen blijkt sterk verankerd binnen Kooijman Autogroep en sluit aan bij de kernwaarden. “In 2011 behoorden wij tot de pioniers in Nederland met een Erkend Duurzaam-label van de BOVAG,” vertelt Klaas van Ooijen. “Toen dat anderhalf jaar geleden evolueerde tot Erkend Duurzaam Plus, waren wij er wederom als één van de eerste autobedrijven bij, sowieso als eerste Toyota- en Kia-dealer. Louwman & Parqui heeft ons zelfs bezocht om informatie in te winnen, vanuit het streven om de gehele organisatie in Nederland aan deze norm te laten voldoen, aangezien Toyota wereldwijd naar nul CO2-uitstoot toe wil.” Kooijman Autogroep maakt zich ook sterk op het charitatieve vlak, door lokaal verenigingen en stichtingen te ondersteunen, oldtimer-toertochten en jaarlijkse de lokale bejaardenreis te sponsoren. Binnenkort schenkt het bedrijf een mini-Land Cruiser aan het St. Antonius Ziekenhuis in Nieuwegein ten behoeve van ernstig zieke kinderen. Het kwam ook naar voren tijdens de ‘Kraak de kluis’-actie tijdens het jubileumfeest voor klanten op 23 maart. “Er lag duizend euro klaar, waarvan de winnaar de helft mocht houden en de helft aan een zelf te bepalen goed doel mocht schenken,” vertelt Gert Kooijman. “Weet je, dit soort initiatieven brengt je dicht bij de samenleving en daar willen wij staan als bedrijf. We werken al zestig jaar lang met passie en gevoel.”

Meer informatie: www.kooijman-autogroep.nl



46

UTRECHT KOOS NIEUWE PROVINCIALE STATEN

WAT KUNNEN ONDERNEMERS VERWACHTEN?

De Provinciale Statenverkiezingen zijn voor het regionale bedrijfsleven een belangrijke gebeurtenis. Als het gaat om ruimte voor bedrijvigheid, duurzaamheid en infrastructuur heeft de provincie veel invloed op de omstandigheden waarin ondernemers acteren. Voorafgaand aan de stembusgang vroeg Utrecht Business lijsttrekkers van de vijf grootste partijen bij de vorige verkiezingen naar hun standpunten op voor het bedrijfsleven belangrijke thema's. Waar staan zij voor, welke doelstellingen en ambities spelen een rol bij de vorming van een nieuwe coalitie - mochten deze partijen daar deel van uitmaken?



VVD - ANDRÉ VAN SCHIE

“In de provincie zijn veel verouderde bedrijventerreinen. De kwaliteit van deze locaties moet omhoog, om zo interessant te blijven voor bedrijven om zich in Utrecht te vestigen. Succesvolle bedrijven die hun startplek ontgroeid zijn of bedrijven die niet kunnen uitbreiden, moeten merken dat zij welkom zijn op een andere locatie binnen de provincie.

De komende jaren doen Rijk en regio een miljardeninvestering in de ring Utrecht, de A27 en het knooppunt Hoevelaken (A1/A28). Daarnaast investeren we in het provinciale wegennet: in het opknappen en verbreden van de Rijnbrug bij Rhenen en in de N233 tussen Rhenen en Veenendaal. We pakken de N201 aan tussen Mijdrecht en Hilversum, inclusief de bruggen over het Amsterdam Rijnkanaal en Vecht. In Amersfoort wordt door de gemeente de westelijke randweg aangelegd en we werken in goed overleg met Bunschoten en Amersfoort aan de ontsluiting van Vathorst-West (A1 en afslag I2). Tenslotte werken we aan betere doorstroming in Woudenberg (N224/N226), Maarsbergen (spoorwegonderdoorgang), de Lopikerwaard (verbetering aansluiting N210 op de A2 bij Nieuwegein-Zuid) en op de Utrechtse Heuvelrug (N225, N226, N227 en aansluitingen op de A12).

De provincie Utrecht moet een mooie, gezonde en veilige omgeving blijven, voor onszelf, en ook voor de toekomstige generaties. Daarom is het noodzakelijk dat fossiele brandstof wordt ingeruild voor duurzame energie. De VVD ziet behalve milieuvordelen ook economische kansen voor duurzaamheid. Nieuwe energiebronnen die schoon, betaalbaar en betrouwbaar moeten zijn, geven aan ondernemers de mogelijkheid om te innoveren en banen te creëren.”

D66 - MARC DE DROOG

“Onze provincie floreert, en daar moeten we gebruik van maken. We willen dat Utrecht een aantrekkelijke vestigingsplaats blijft. Voor innovatieve startups, het midden- en kleinbedrijf en internationale ondernemingen. We stimuleren uitbreiding van bestaande bedrijven en de vestiging van nieuwe bedrijven, afgestemd op de regionale behoefte. Verder willen we dat de provincie de regie neemt bij bedrijventerreinen en kantoor- en winkellocaties die met leegstand worden bedreigd.

Een goede zakelijke bereikbaarheid speelde altijd een rol, maar krijgt een nieuwe dimensie nu steeds meer mensen een elektrische fiets of auto kopen. We hebben fietspaden nodig die langer en breder zijn, met voldoende oplaadpunten. Langs provinciale wegen moeten snelle oplaadpunten voor de auto komen. Op OV-knooppunten kunnen reizigers snel wisselen van vervoermiddel: trein, bus, elektrische fiets of deelauto. Bij de ontwikkeling van nieuwe bedrijfslocaties moet deze infrastructuur van tevoren in orde zijn. De provincie kan digitaal meer doen om files te voorkomen: parkeerwijziging, filevermijding, wegsignalering, monitoring en faciliteren van MaaS (Mobility as a Service).

De twaalf lijsttrekkers van D66 voor de Provinciale Staten presenteerden op 11 februari 2019 een ambitieus investeringsplan. De provincies moeten meer investeren in duurzaamheid: zonneweides, fietssnelwegen en in het opleiden van vakmensen om huizen te isoleren en warmtenetten aan te leggen. Provincie, regio's en gemeenten moeten hierin samenwerken. Het Energiefonds Utrecht vervult een belangrijke rol bij het verstrekken van leningen onder aantrekkelijke voorwaarden aan bedrijven, agrarische ondernemers, VvE's en energiecoöperaties.”



CDA - DERK BOSWIJK

“Op 16-jarige leeftijd ben ik zelf begonnen met ondernemen dus ik weet hoe het is om keihard te werken en soms meer facturen te ontvangen dan geld op de rekening te hebben. Toen ik begon, stond de crisis op het punt om uit te breken. Ik heb toen gezien hoe belangrijk het is om een overheid te hebben die mee werkt en mee denkt. We kunnen klagen over van alles wat niet functioneert en beter moet, maar we kunnen zelf ook ons steentje bijdragen. Daarom ben ik vier jaar geleden politiek actief geworden voor het CDA.

De afgelopen vier jaar hebben we onder andere het initiatief genomen voor de provinciale ondersteuning van lokale initiatieven voor de aanleg van glasvezel. Veel lokale initiatieven misten de financiële middelen of expertise om succesvol te zijn. In 2015 waren 14.000 adressen verstoken van snel internet, nu zijn er 4.000 aangesloten en het doel is om 2020 de rest aangesloten te hebben. Deze succesvolle coöperatieve werkwijze willen wij als CDA ook toepassen bij de energietransitie. Niet van bovenaf maar samen!

Momenteel gaat er veel aandacht uit naar startups en high-end industrie. Heel belangrijk, maar – hoewel misschien niet sexy – de meeste werkgelegenheid wordt uiteindelijk gegenereerd door het mkb, maakindustrie en de familiebedrijven. Een reden voor ons als CDA om vorig jaar hiervoor een tweede initiatiefvoorstel in te dienen. Tenslotte zullen we ons blijven inzetten voor promotie van het mbo, iets wat veel ondernemers maar ook ik als mbo'er persoonlijk toejuich.”

DAKBEDEKKING

Van Horssen heeft jarenlange kennis en ervaring in het aanbrengen van kunststof dakbedekking, voor bedrijven & particulieren met **standaard 15 jaar garantie!** Een "Van Horssen dak" is onderhoudsarm en bestand tegen UV-stralen, grote temperatuurschommelingen, vervorming en agressieve stoffen. Tevens verzorgen wij lichtkoepels, lichtstraten en het isoleren van daken.



ZEILMAKERIJ | DAKBEDEKKING | VALBEVEILIGING | LEKBAKKEN



Hambloksestraat 42 | 5308 KN Aalst
T (0418) 67 12 38 | dak@vanhorssenbv.nl | www.vanhorssenbv.nl



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

Hyundai OUTLET



De Hyundai KONA met

**€ 3.500,-
KORTING**



Ontdek meer op www.hyundai-wittenberg.nl

Hyundai Wittenberg Amersfoort: Xenonweg 15, tel. 033 - 463 5535
Hyundai Wittenberg Harderwijk: Zuiderbreedte 8, tel. 0341 - 439 090
Hyundai Wittenberg Hilversum: Franciscusweg 4b, tel. 035 - 624 2624
Hyundai Wittenberg Utrecht: Landzigt 30, tel. 030 - 603 1216



PVDA - ROB VAN MUILEKOM

“Met Utrecht gaat het goed. De economie groeit, de werkloosheid daalt, zowel mensen als bedrijven willen zich graag in onze provincie vestigen. 85% van de mensen meldt dat het hen economisch goed gaat. Maar bij de vraag of dat ook voor hun kinderen geldt, is maar 35% positief. Onzekerheid is een belangrijke factor en daarom is het motto van de PvdA voor deze verkiezingen: Zeker zijn van een eerlijke toekomst.

De ruimtebehoefte is groot en tegelijk zijn onze bijzondere natuur, landschappen en cultuurhistorie belangrijke vestigingsfactoren. Het opknappen van verouderde bedrijventerreinen en transformeren van leegstaande panden verdienen prioriteit. Meer multifunctioneel ruimtegebruik met een mix van wonen en werken is nodig. Economische groei is niet per definitie goed. De PvdA wil Utrecht sterker maken waar we goed in zijn: de gezondheidszorg, gezonde leefomgeving en ICT/dienstverlening. Met innovaties op het Utrecht Science Park en in de regio Foodvalley. De arbeidsmarkt in Utrecht verandert en vraagt mensen met nieuwe competenties. Betere afstemming tussen het bedrijfsleven en onderwijsinstellingen is nodig voor goed geschoold personeel. Met een onderwijsvoucher dienen jong en oud zich te kunnen blijven bijscholen.

Verbetering van bestaande wegen is gewenst; alleen meer asfalt leidt meestal tot nog meer voertuigen. Betere voorzieningen voor openbaar vervoer en aantrekkelijke fietsroutes dienen een alternatief te bieden. Met een lightrail-/spoorverbinding Hilversum-Utrecht-Breda en een multimodaal OV-knooppunt op het Utrecht Science Park. Werken aan verduurzaming is de uitdaging voor elk bedrijf en uit zich in een schoon productieproces, goed werkgeverschap en de mobiliteit van je werknemers.”

PVV – RENÉ DERCKSEN

“Als ondernemer weet ik: de overheid moet je vooral niet in de weg zitten met onnodige regelgeving en je ruimte bieden. Als dat moet ook fysieke ruimte. De provincie dient zijn coördinerende rol tussen de gemeenten op te pakken zodat ondernemers kunnen doen waar ze goed in zijn. Ondernemen.

Energie is onbetaalbaar aan het worden door het duurzaamheidsgedram. De huidige explosieve stijging van de energierekening is veroorzaakt door het energieakkoord uit 2013. Kosten € 73 miljard. Dat is slechts een fractie van wat het klimaatakkoord gaat kosten, waarvan we zeker weten dat het niets gaat opleveren, qua klimaat. Daar is ons land simpelweg te klein voor. Duurzaamheid moet samengaan met gezond verstand. Biomassa kost miljarden, geeft meer uitstoot dan kolen, maar volgens de fictieve modellen is het groen. Dat is volstrekt idioot.

De onophoudelijke instroom van immigranten zet druk op onze cultuur, natuur, gebouwde omgeving woningmarkt én infrastructuur. Vorig jaar kwamen er 241.000 immigranten naar Nederland. Dat is volstrekt onhoudbaar als wij dit land leefbaar en bereikbaar willen houden. Ook daar gaan deze verkiezingen over aangezien het tevens verkiezingen zijn voor de Eerste Kamer.

Het college (CDA, VVD, D66, GroenLinks) heeft de provinciale organisatie volledig laten ontsporen, met onder andere als resultaat dat er nog steeds geen jaarrekening is over 2017. Dat moet u als ondernemer eens proberen. Een nieuw college moet orde op zaken stellen, zorgen dat de provincie beter bereikbaar wordt (oplossen van knelpunten op de provinciale wegen) en het moet snel inhoud geven aan de enorme woningbouwopgave.”





STAKEHOLDERING

DOOR JAN VAN DER VURST

Iedereen kent het verschijnsel. Voor sommigen is het zelfs dagelijkse kost; de omgang met stakeholders, partijen die een formele of informele rol spelen bij een taak, project of proces. Elk met hun specifieke agenda, doelstellingen en invloed. De vertegenwoordigers van stakeholders met wie je te maken hebt, voegen daar hun persoonlijke kenmerken aan toe: ego's, emoties, omgangsvormen. Ga er maar aan staan. Want de mate waarin het lukt om stakeholders te begrijpen en te beïnvloeden, is bepalend voor het eindresultaat. Diplomatieke vaardigheden zijn cruciaal, benadrukt Jan van der Vurst. Met zijn boek geeft hij inzicht in de sleutels tot succes bij de omgang met stakeholders.

251 pag.

ISBN 978-94-0145-597-8.
€ 29,99. LannooCampus.



SALES MINDSET

DOOR ROY SIJGERS EN EDO BOONSTRA

Verkoop is in essentie simpel. Met de juiste mindset. Roy Sijgers en Edo Boonstra hebben hun jarenlange ervaring in het salesvak gebundeld in een handzaam Sales Mindset-model. Dat is waar dit boek om draait. Het reikt nieuwe ideeën aan en geeft inspiratie als je even blokkeert. Geen ingewikkeld theoretisch model maar zeven eenvoudig te volgen stappen. Doe je dat consequent dan leidt dat tot daadwerkelijke verbetering van de verkoopresultaten, aldus de auteurs. Bij elke stap een aantal artikelen ter inspiratie, als training, voor een frisse blik en als stimulans om door te zetten. Want sales valt of staat met actie. Veel verkoopplezier!

116 pag.

ISBN 978-90-8293-160-0.
€ 19,50. Green Badger.



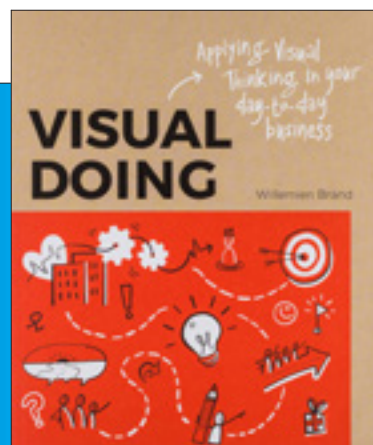
HELEMAAL TOP MAAR HET KAN NOG VEEL BETER

DOOR JECE

Het is maar weinigen gegeven; stoïcijns blijven onder kritiek of complimenten. In de digitale wereld vliegen de *likes* en *thumbs down* je om de oren. Maar ook op de werkvloer zijn kritiek en waardering dagelijkse kost. Met grote gevolgen. Denk bijvoorbeeld niet dat complimenten alleen positieve impact hebben, stelt JeCe (Jancees van Westering). Iemand kan verslaafd raken aan waardering, zichzelf te hoge verwachtingen opleggen of het vermogen verliezen, om te gaan met teleurstellingen. In *Helemaal top maar het kan nog veel beter* pleit de auteur voor een waarderingsklimaat waar wederzijdse aandacht en respect vanzelfsprekend zijn. In z'n setting landen zowel lof als kritiek beter. Een waarderingsklimaat vergroot niet alleen het welbevinden van medewerkers maar beïnvloedt volgens JeCe ook het bedrijfsresultaat positief.

164 pag.

ISBN 978-94-6319-142-5.
€ 14,99. Scriptum.



VISUAL DOING

DOOR WILLEMIEEN BRAND

Mensen verwerken beelden 60.000 keer sneller dan tekst, aldus Willemien Brand. Maar waar we al vanaf jonge leeftijd leren om taal te gebruiken, wordt het vermogen om met beelden te werken amper ontwikkeld. Er ligt dus een onontgonnen terrein met enorme potentie. Daarom schreef Brand in 2017 *Visual Thinking*. De lezer leert onder meer om zelf te tekenen, als opmaat voor de praktische toepassing van beelden in een zakelijke setting. Brands boodschap sloeg aan en ze komt nu met een vervolg, *Visual Doing*. De nadruk ligt daarbij op vaardigheden en hulpmiddelen om daadwerkelijk te komen tot visueel vakmanschap. Dat moet leiden tot beelden die inderdaad meer zeggen dan duizend woorden.

144 pag.

ISBN 97-890-6369-499-9.
€ 16,99. BIS Publishers.

NEW ALL-ELECTRIC I-PACE

MAAK INDRIJK
IN ALLE STILTE.



3 JAGUAR CARE
TOT 100.000 KILOMETER
JAAR GARANTIE | ONDERHOUD

De nieuwe Jaguar I-PACE is onze eerste volledig elektrische SUV. Hij maakt indruk met zijn aerodynamische design, fantastische handling, All Wheel Drive en actieradius tot 470 km*. Met zijn vermogen van 294 kW (400 pk) accelereert de I-PACE in 4,8 seconden van 0 naar 100 km/h. Volledig elektrisch en tegelijk 100% Jaguar.

De beste
Nieuwkoper 2019

Broekhuis Utrecht

De Heldinnenlaan 215, 3543 MB Utrecht
030 850 75 00

jaguar-utrecht.nl

THE ART OF PERFORMANCE

Gecombineerd verbruik: 21,2 kWh/100 km, CO₂-emissie 0 g/km, *actieradius tot 470 km (WLTP) is afhankelijk van diverse factoren zoals weersomstandigheden en rijstijl. Consumentenprijs vanaf € 80.330 incl. BTW, BPM, registratiekosten, recyclingbijdrage en kosten rijklaar maken. Leaseprijs vanaf € 995 p.m. excl. BTW (bron: Jaguar Fleet & Business Leasing, full operational lease, 60 mnd., 10.000 km/jr.). Wijzigingen voorbehouden.



DE NIEUWE STANDAARD?

Creativiteit, toegankelijkheid en topkwaliteit: de nieuwe standaard in de advocatuur? Voor ons niet. Het zijn al bijna 80 jaar lang de kernwaarden van Van Benthem & Keulen, het kantoor dat topkwaliteit koppelt aan innovatie. Sinds onze oprichting kiezen wij onze eigen, onafhankelijke koers. We luisteren, om daarna pas te adviseren. Open en oplossingsgericht. Anno 2019 noemt de markt deze aanpak de nieuwe standaard. Wij noemen het een wezenlijk kenmerk van onze identiteit. We kunnen én willen simpelweg niet anders. Van Benthem & Keulen: het toegankelijke topkantoor.

Wilt u meer weten over onze dienstverlening? Kijk dan op www.vbk.nl!