



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 30 | NUMMER 1 | MAART 2014

BUSINESS®

Jan Kouwenhoven (U-OV)

**Vuurdoop
voor nieuwe
vervoerder**



Entre Femmes wil
vrouwelijke ondernemers
samen sterker maken

Kantorenlandschap
in kaart

Op de huid van
Saskia van Dockum



Rasondernemer
Ben Mandemakers:
'Ik zie altijd kansen'

Cursus- en
vergadercentrum

DOMSTAD

“Onze transparante prijsstelling kan het daglicht zeker verdragen”

Ervaar de lichte zalen en heldere offertes

Bel afdeling reserveringen 030 29 27 700
Vraag naar Janine, Judith, Yvonne of Renske
Cursus- en vergadercentrum Domstad

www.accommodatiedomstad.nl



VOORWOORD



Geen korting

Mijn docent economie op de middelbare school arriveerde elke dag op de fiets met een brodtrommel onder de snelbinders. Drie sneetjes kaas, mandarijntje. Deze saaie, bebrilde man was rijk geworden door op het juiste moment een rijtje huizen te kopen en deze later – opnieuw goed getimed – met forse winst van de hand te doen. Althans, dat verhaal deed de ronde. Waarom hij dan bleef lesgeven aan hooguit matig geïnteresseerde pubers werd er niet bij verteld.

Toch kan dat van die rijkdom best kloppen. Hij vertelde eens met zichtbaar genoeg dat hij bij elke enigszins substantiële aanschaf de verkoper de vraag stelde: 'Kan ik korting bedingen?' Meestal bleek dat inderdaad het geval. Wij vonden het maar vreemd. Zoiets doe je toch niet?

Tijden veranderen. Van wasmachine tot ICT-diensten, van advertentie tot bouwproject; bij vrijwel elk product of dienst staat de prijs sterk onder druk. Ondernemers die ik spreek, zijn gemiddeld genomen wel degelijk positiever dan pakweg een jaar geleden. Maar iedereen klaagt over de lage prijzen en daardoor marginale marge.

Om een eind te maken aan deze situatie, volstaat meestal een blik in de spiegel. Want de directeur van een woningbouwbedrijf die de laatste euro wringt uit het nieuwe contract voor zijn wagenpark, draagt eraan bij dat het personeelsbestand van de auto-importeur noodgedwongen wordt ingekrompen. Onvermijdelijk gevolg: de boventallige medewerker schuift de aanschaf van zijn nieuwe huis op de lange baan. Of hij zoekt in een lagere prijsklasse.

Tallose voorbeelden doemen op. Meestal is de cirkel wat langer, maar het principe blijft gelijk. De eerste stap naar een gezonder prijsniveau en economisch herstel begint bij uzelf.

Hans Hajée



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 30
maart 2014, editie 1

Een uitgave van
MVM Business Productions
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26C, 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
Hans Hajée, Mart Rienstra

REDACTIEMEDEWERKERS
William ten Brink • Peter Camp • Paul de Gram • Stan Keyzer • Cees Louwers • Marco Remo • Jason van de Velmaete onder Holten • Anka van Voorthuisen • Tony Vos • Bart van Wijnen

FOTOGRAFIE
Hans Kokx Fotografie & Imaging

VORMGEVING
Jan-Willem Bouwman

DRUK
Drukkerij Atlas
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media BV
Joop Andringa (06) 53 85 40 37
Mirjam Buitendam (06) 13 05 42 02
Raymond Smit (024) 373 8502
Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN
Tel. (024) 373 85 05

Abonnementen 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.
Abonnementenprijs per jaar: € 55,- (incl. btw)

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

www.utrechtbusiness.nl

BUSINESS NATIONAAL
Landelijk katern van de regionale zakenmagazines

Postbus 14101, 3508 SE Utrecht
Tel. (030) 251 28 18 ub@wxs.nl
www.business-nationaal.nl

EINDREDACTIE Hans Hajée

REDACTIEMEDEWERKERS
William ten Brink, Arie Craanen,
Paul de Gram, Cees Louwers,
Mart Rienstra, Tony Vos

VORMGEVING
Business Company

- 8 Vuurdoop voor U-OV
- 12 Op de huid van Saskia van Dockum
- 14 Het Nieuwe Werken: maakt bekend onbeminderd?
- 17 Eerste ontheffing AFM voor Kredietunie Midden-Nederland
- 18 De Boorder: van makelaar naar allround vastgoedadviseur
- 20 Kantorenlandschap in kaart
- 23 FC Utrecht groeit commercieel
- 25 GaragePark: innovatief vastgoedconcept blijkt schot in de roos

NATIONAAL



I 'Doemdenkers zul je in dit bedrijf niet aantreffen'

De Mandemakers Groep groeit tegen de stroom in



VI Elektrisch vliegwiel komt op gang

Proeftuinen brengen kansen en knelpunten in kaart



X Zakelijke rijders wederom de klos

Fiscale wijzigingen zorgen voor lastige keuzes

- 27 Column Kees Pieter Dekker: pensioenakkoord niet leuker, wel moeilijker
- 28 Eerste projecten voor Utrecht onder stroom
- 29 Regio Business Dagen: hét regionale netwerkevent
- 30 Entre Femmes wil vrouwen uitdagen en verder brengen
- 33 Hogere gemeentelijke heffingen verzwaren lasten mkb
- 35 Tour de France creëert business voor Utrecht
- 36 Maak van bewegen prioriteit nummer één
- 38 Utrecht Business introduceert BOB
- 39 Toplocaties in Midden-Nederland
- 40 Toys for Boys-event verrast
- 42 Haal meer uit social media
- 46 Uit
- 48 Restaurant Brocante klaar voor ander imago
- 50 Column Mart Rienstra: Zakt u door het ijs?

U-OV is de nieuwe merknaam voor het openbaar vervoer in de regio Utrecht, dat door Qbuzz wordt uitgevoerd. Na een lang aanbestedingstraject moest er binnen een half jaar een organisatie staan die dagelijks 200.000 reizigers vervoert.



Nieuw is Het Nieuwe Werken al lang niet meer. Maar terwijl het concept steeds vaker wordt ingevoerd en de definitie herkenbaarder wordt, groeit tegelijkertijd de weerstand en neemt het enthousiasme af. Maakt bekend onbeminderd?



Volgens Saskia van Dockum, directeur van Het Utrechts Landschap is natuur niet vanzelfsprekend. 'Houd er rekening mee dat als je wilt genieten van een ree of das, zij ook een plek verdienen in deze regio.'



Marco van Diggelen en Erik de Jager zijn de nieuwe eigenaren van De Boorder Bedrijfshuisvesting. 'Van makelaar ontwikkelen wij ons tot allround vastgoedadviseur. Daarbij ligt de focus op continuïteit en partnership op de lange termijn.'



FC Utrecht meldt goed nieuws op zakelijk vlak. Grootaandeelhouder Frans van Seumeren schold de schulden van de club kwijt en nieuwe sponsors sloten zich aan. 'Tegen de markt in is FC Utrecht commercieel groeiende.'



Sporten verhoogt de arbeidsproductiviteit. 'Juist in deze tijd moet je als werkgever verantwoordelijkheid nemen en durven investeren in de gezondheid van je werknemers.'



Netwerken gaat niet alleen om het leggen van contacten maar ook om het opbouwen van duurzame relaties. Jaarbeurs Utrecht faciliteert op 21 en 22 mei de zevende editie van de Regio Business Dagen, hét regionale netwerkevent.



Entre Femmes Utrecht is een krachtig netwerk met onderscheidende kenmerken. Belangrijke doelstelling: vrouwelijke ondernemers samen sterker te maken. 'We willen helpen bij een verdiepingsslag.'

BUSINESS FLITSEN



NAMEN ZALEN TIVOLIVREDBURG BEKEND

De zalen van het nieuwe TivoliVredenburg waren tot voor kort vernoemd naar het genre waarvoor ze ontworpen zijn. 'Omdat we in die zalen meer programmeren dan alleen die genres, hebben we gekozen voor niet genregerelateerde namen,' zegt Cas Boland van TivoliVredenburg. Om de eigenheid van elke zaal maximaal tot zijn recht te laten komen, is niet gekozen voor een reeks soortgelijke namen, maar kreeg elke zaal een unieke naam.

De Jazz Zaal is omgedoopt tot Cloud Nine. Deze zaal ligt op de negende verdieping, voor Utrechtse begrippen 'in de wolken'. De Kamermuziekzaal kreeg de naam Hertz. De term verwijst naar de eenheid voor de toonhoogte van muzieknoten en is tegelijkertijd een knipoog naar de ontwerper van het gebouw, Herman Hertzberger. De Crossoverzaal heet Pandora, een verwijzing naar 'een doos die openvouwt' die duidelijk maakt dat er veel verschillende dingen gebeuren. De Popzaal heeft de naam Ronda gekregen. Vanwege de ronde vorm, maar ook onder de zaal als een huis in het gebouw hangt, net als de woningen op de bergrand in de gelijknamige Spaanse stad. Tot slot is er de Symfoniezaal, in binnen- en buitenland veelgeroemd om haar akoestische kwaliteit. Aan deze zaal is bewust niets veranderd en daarom blijft de naam zoals deze was: de Grote Zaal.

IS DELEN HET NIEUWE ONDERNEMEN?

Nederland loopt internationaal achter op het gebied van financiële werknemersparticipatie, bijvoorbeeld door een winstdelingsregeling, aandelen of opties. Dit blijkt uit onderzoek door vakbonden FNV Bondgenoten en CNV Vakmensen, AWWN (werkgevers) en het in Utrecht gevestigde SNPI (Stichting Nederlands Participatie Instituut). De onderzoeksresultaten worden 13 maart gepresenteerd tijdens het congres 'Delen is het nieuwe ondernemen' over werknemersparticipatie in de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Volgens het SNPI is het verbazingwekkend dat werknemers in ons land nauwelijks mee delen in de waarde van hun organisatie. Juist in economisch zware tijden liggen hier grote kansen voor werkgevers en werknemers. Eerder wetenschappelijk onderzoek toont aan dat financiële werknemersparticipatie de binding tussen bedrijf en medewerker versterkt, de productiviteit verhoogt, het bedrijfsresultaat verbetert en bijdraagt aan een sterkere concurrentiepositie.



Mark Siezen (COO NSI), Dirkie en Evert van Sloten (eigenaar banketbakker Theo Blom).

OPENING HNK UTRECHT

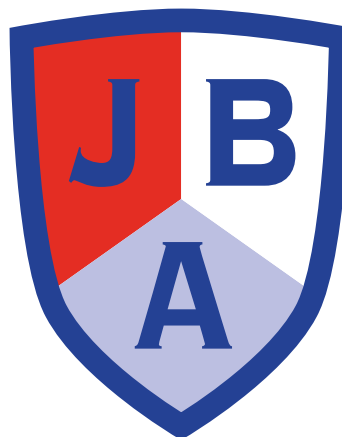
NSI opende 13 februari de Utrechtse vestiging van HNK. HNK staat voor 'Het Nieuwe Kantoor', het full service kantoorconcept van vastgoedbelegger NSI voor flexwerkers, starters, gevestigde bedrijven en multinationals. HNK Utrecht omvat circa 3.100 m² kantoorruimte. Kenmerkend voor het concept is het 'sociale hart': een centrale ruimte op de begane grond die ingericht is als ontmoetingsplaats met werkplekken, zitjes, lange werktafels en een open keuken. Hier bevinden zich ook vergaderfaciliteiten en volledig ingerichte kantoorruimtes, de zogenaamde 'managed offices'. Op de bovenste etages worden traditionele kantoorruimtes op maat verhuurd. Dat HNK Utrecht voorziet in een behoefte, blijkt uit het

feit dat circa 40% van de kantoorruimtes al verhuurd is.

De Utrechtse ondernemer Evert van Sloten van banketbakkerij Theo Blom, bekend van de Domtorentjes, verrichtte de goed bezochte opening. Hierbij was ook 'Dirkie' van de Dirk Kuyt Foundation aanwezig om aandacht te vragen voor dit goede doel. De Dirk Kuyt Foundation (DKF) steunt en (mede-)organiseert sportevenementen voor mensen met een beperking. Sporten is voor hen niet vanzelfsprekend, maar wel goed voor de gezondheid en belangrijk voor hun sociale leven. HNK ondersteunt het aanmoedigen van maatschappelijke verbondenheid en draagt DKF een warm hart toe.

UW VEILIGHEID ONZE ZORG

JBA SECURITY BV
FORNHESELAAN 124A
3734 GE DEN DOLDER
T: 030 225 30 31
F: 030 225 30 27
INFO@JBA-SECURITY.NL
WWW.JBA-SECURITY.NL



SECURITY

Dynamische doeners in bedrijfsmatig vastgoed

 **DEBOORDER**
BEDRIJFSHUISVESTING MAKELAARS



UTRECHT
Maliebaan 24

144 m²
1^e verdieping
134 m²
kapverdieping

Gerenoveerde (gedeeltelijk) kantoorruimte

- wijk Wittevrouwen Utrecht Oost
- v.v. lift, per direct beschikbaar

Huurprijs € 30.000 / € 19.000 per jaar



UTRECHT
Wittevrouwensingel 1

109 m²
3^e verdieping
50 m²
archiefruimte

Stijlvolle Pentoffice

- wijk Utrecht Centrum/Oost
- v.v. lift, per direct beschikbaar

Huurprijs € 1.750 per maand



VIANEN
Ir. D.S. Tuijnmanweg 2-4-6

102 m² - 1.627 m²
B.G., 1^e of 2^e
verdieping

"No Nonsense" Kantoorruimte

- koopprijs € 500.000
- parkeren op eigen terrein

Huurprijs € 60 tot € 80 per m² per jaar



ZEIST
Laan van Vollenhove

35 m² - 1.327 m²
kantoorruimte

Kantoor "op maat" in Zeist Noord

- per direct beschikbaar
- ruime openbare parkeergelegenheid

Huurprijs € 127,50 per m² per jaar



IJSSELSTEIN
Einsteinweg 57

625 m²
bedrijfsruimte
260 m²
kantoor/showroom

Zelfstandig bedrijfs-/kantoorgebouw

- bedrijventerrein "de Corridor"
- 10 parkeerplaatsen op eigen terrein

Huurprijs € 57.000 per jaar



ZEIST
Laan van Vollenhove 8

311 m²
kantoor op B.G.

Kantoorgebouw t.b.v. rouwcentrum, kantoor
of maatschappelijke doeleinden

- riant parkeren, per direct beschikbaar,

Huurprijs € 2.750 per maand



Maliebaan 71
3581 CG UTRECHT
info@deboorder.nl

Alle bedragen zijn te vermeerderen met BTW.

030 - 232 22 77
www.deboorder.nl



Jan Kouwenhoven

Vuurdoop voor U-OV

'Chauffeurs zijn het hart van ons bedrijf'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE HANS KOKX

De bussen van U-OV zijn inmiddels een vertrouwd gezicht voor de inwoners van stad en regio Utrecht. U-OV is de merknaam voor het openbaar vervoer in de Regio Utrecht, dat door Qbuzz wordt uitgevoerd. Aan de komst van de nieuwe vervoerder ging een hevige strijd met Connexxion vooraf. Toen het pleit eindelijk in het voordeel van Qbuzz was beslecht, restte slechts een half jaar tot de start van de nieuwe dienstregeling. Op 8 december stond er een organisatie met 1.200 medewerkers en ruim 300 bussen die dagelijks 200.000 reizigers vervoert. Verslag van een huzarenstuk.

Qbuzz is de *new kid on the block* van het Nederlandse openbaar vervoer. 'Oprichters Rob van Holten en Leon Struijk zagen zes jaar geleden kansen voor een nieuwe markt-partij,' zegt Jan Kouwenhoven. Hij is concessiedirecteur voor Utrecht en kwam kort na het begin bij Qbuzz aan boord. Op zijn cv prijken onder meer directiefuncties bij HTM en Connexxion.

Qbuzz maakte een vliegende start met concessies in Friesland, Rotterdam en Groningen. Ook schreef het bedrijf in 2010 in op de tender van Bestuur Regio Utrecht (BRU) voor het bus- en tramvervoer in de stad en een deel van de regio. 'De aanbesteding werd aan ons gegund, maar GVVU-eigenaar Connexxion maakte bezwaar bij de rechter. Die droeg het BRU tot twee keer toe op om de procedure te herzien. De situatie werd zo complex dat in 2012 besloten is tot een nieuwe aanbesteding.' Opnieuw won Qbuzz, opnieuw stapte Connexxion naar de rechter. Die oordeelde in mei vorig jaar dat de gunning definitief was.

Dag en nacht

Het was een vervelende periode, bekend Kouwenhoven. 'Na de aanvankelijke euforie waren we telkens weer terug bij af. Ook week de tweede aanbesteding inhoudelijk sterk af van de eerste, waarbij het type bus voorgescreven werd. Hierdoor was meer ruimte

voor eigen inbreng, maar we moesten wel bijna helemaal opnieuw beginnen.'

Na de definitieve toewijzing resteerden amper zes maanden tot 8 december, de dag dat de nieuwe vervoerder moest gaan rijden. 'In de zomer startten we de voorbereidingen met een team van 15 mensen. Naarmate december dichterbij kwam, is die groep steeds verder uitgebreid. Regelmatig werd bijna dag en nacht gewerkt. Materieel moest besteld worden, ICT-systemen gebouwd. Er zijn 1.200 mensen van GVVU en Connexxion overgenomen, evenals tientallen eindpunten. Ook is een gecombineerde verkeersleiding ingericht voor trams, stad- en streekbussen.'

Nieuw perspectief

Vanaf september is een aantal medewerkers van GVVU en Connexxion met specifieke expertise in de nieuwe organisatie ingestroomd. 'Hierdoor konden zij wennen aan de processen en werkwijze van Qbuzz. De chauffeurs zijn in groepen van vijftig geïntroduceerd over onze plannen. In zo'n relatief kleine setting is het makkelijker om feedback te geven. Gelukkig stellen de medewerkers zich open en constructief op. GVVU had vroeger veel weg van een familiebedrijf, met hart voor het personeel en haar werkgebied. Na de overname door Connexxion in 2007 werd de sfeer zakelijker. Ook zorgde het jarenlange gesteggel over de aanbesteding voor onrust.

Ik merk dat de mensen blij zijn met de duidelijkheid en het nieuwe perspectief.'

Technische hoogstandjes

Op 8 december beleefde U-OV haar vuurdoop. 'Naast 155 nieuwe bussen zijn ook 142 bussen van Connexxion overgenomen. Die zijn in één nacht allemaal voorzien van nieuwe software zodat de financiële afwikkeling van de OV-chipkaart goed verloopt. Ook moest de tijdsaanduiding bij de haltes via ons verkeerssysteem worden gegenereerd. Om dit alles tijdig voor elkaar te krijgen, zijn achter de schermen tal van technische hoogstandjes verricht.' Een aantal keuzes pakte goed uit, zoals de uitbreiding van de capaciteit van lijn 12 naar De Uithof. 'In de spits zetten we acht extra bussen in. Hierdoor zijn de rijen met wachtende passagiers vrijwel verdwenen.' Natuurlijk zijn bij zo'n omvangrijke operatie zaken voor verbetering vatbaar. 'Chauffeurs moesten zich de nieuwe bussen eigen maken. En voor de reizigers vergt het systeem van kleuren en symbolen dat de lijnen aanduidt de nodige gewenning. Verder bleek de verlichting van de informatie op de bussen wat erg fel.' Voor hoofdbreken zorgt de situatie rond Utrecht Centraal. 'Door de werkzaamheden in het stationsgebied verandert de situatie continue. Halteplaatsen en routes wijzigen en er is veel oponthoud. Al is de planning vooraf met de chauffeurs afgestemd,



'Ik merk dat mensen blij zijn met duidelijkheid en het nieuwe perspectief.'

er blijkt onvoldoende marge in de rijtijden. Dit leidt tot druk op de schema's en op onze chauffeurs. Daarom wordt een grotere buffer in de dienstregeling ingebouwd.'

DNA

Bij U-OV overheerst tevredenheid over de eerste maanden. 'Uitdaging is nu om dit vast te houden. Er breekt een periode aan van verbeteren en *finetunen*. Ook komen we toe aan zaken als de ontwikkeling van een gecombineerd abonnement voor bus, tram en trein. De succesvolle QB-pas wordt in dit product geïntegreerd.'

De ervaring bij eerdere concessies leert dat na een jaar of twee de organisatie staat. 'Dan is ook de filosofie, het DNA van Qbuzz geworteld in het bedrijf en de mensen,' stelt de concessiedirecteur. Tegen die tijd kan voor Kouwenhoven heel goed een nieuwe uitdaging in het verschiet liggen. 'Binnenkort komen twee grote tenders op de markt, voor het ov rond Amsterdam en voor Limburg. We zullen zeker onderzoeken of deze gebieden bij ons passen. Is dat het geval, dan schrijven we in.'

Geen cowboys

De traditionele ov-bedrijven zagen de mensen van Qbuzz aanvankelijk als cowboys.

'Dat beeld is verdwenen. Bij een aantal grote concessies hebben we ons visitekaartje afgegeven. Met Utrecht zetten we nu een forse volgende stap. Het is een prachtig gebied, een van de weinige regio's ook waar de komende jaren nog groei plaatsvindt.' De Utrechtse concessie heeft een jaarlijkse waarde van 100 miljoen euro, waardoor de omzet van Qbuzz stijgt tot 250 miljoen euro. 'Dit maakt ons tot een speler van formaat. Maar we koesteren de identiteit van een jong, slagvaardig bedrijf zonder ballast uit het verleden.'

Het kantoor van U-OV aan de Europalaan onderstreept het no-nonsense karakter van het moederbedrijf. Geen glanzende gevel of luxe inrichting, maar ingetogen, functionele ruimtes. 'Het kantoor weerspiegelt onze filosofie.

Pragmatisch zonder opsmuk, transparant en toegankelijk door de vele open ruimtes. Een chauffeur die na een dag vol tegenslag stoom wil afblazen, hoeft geen afspraak te maken maar staat in *no time* aan mijn bureau.' Chauffeurs, benadrukt Kouwenhoven, zijn het hart van het bedrijf. 'Daarom is onze receptie ook de plek waar elke dag de uitgifte van bussen plaatsvindt. Dat maakt voor iedereen duidelijk dat alle andere medewerkers ten dienste staan van de chauffeurs, en niet andersom.' ■

CONCESSIE VAN 1 MILJARD

De inkomsten van U-OV zijn naast van opdrachtgever BRU afkomstig van reizigers met de OV-chipkaart en de OV-studentenkaart. 'Deze laatste component is goed voor zo'n 20% van de totale omzet,' aldus Kouwenhoven. 'Ondanks de enorme bedragen – de Utrechtse concessie heeft over tien jaar een waarde van 1 miljard euro – is onze marge bescheiden, slechts 1 tot 2 procent.' Qbuzz is 100 procent dochter van de NS. 'Dat heeft voor ons beslist meerwaarde. Zo wordt gewerkt aan een uitwisseling van reisinformatie. Passagiers kunnen dan in de bus of tram al zien, hoe laat en waar hun trein vertrekt.'

Regio Business Dagen



Hét netwerkevent van Midden-Nederland

21 & 22 mei 2014

Jaarbeurs Utrecht

Regio Business Dagen Midden-Nederland is dé vakbeurs voor ondernemend Midden-Nederland.

De beurs is de ideale manier om nieuwe klanten te ontmoeten, uw netwerk uit te breiden en uw naamsbekendheid te vergroten. Presenteer daarom uw organisatie tijdens het grootste netwerkevenement van Midden-Nederland.

RESERVEER NU ALVAST UW STANDRUIMTE!



Evenement van: 

Voor meer informatie: www.rbdutrecht.nl

Op de huid van Saskia van Dockum

'Natuur in onze regio is niet vanzelfsprekend'

TEKST MART RIENSTRA FOTOGRAFIE HANS KOKX

U stapte in het najaar van 2012 over vanuit het Utrechts Archief; een grote overgang?

Dat viel best mee, want ik ben van huis uit archeoloog. Eigenlijk was het Utrechts Archief een – overigens zeer aangenaam – uitstapje. Als voormalig provinciaal archeoloog ken ik de regio op m'n duimpje en dus ook de belangen in het buitengebied. De liefde voor de natuur en het Utrechtse landschap is er altijd al

geweest, dus eigenlijk voel ik mij hier ontzettend thuis.

U bent directeur in een periode dat natuur minder prioriteit en geld krijgt. Dat vergt aanpassingen?

Absoluut. Er wordt financieel meer verwacht, ook van het Utrechts Landschap. Gelukkig hadden we al ervaring met de eigen broek ophouden en creëerden we al eigen inkomsten door onze bedrijfsvrienden

en door charitatieve ondersteuning. Deze tijd vereist echter dat we nog scherper zijn op de uitgaven en nog creatiever bij de inkomsten. Zo realiseren we nu diverse verdienmodellen in de natuur zoals een natuur-begraafplaats, een houtveiling voor particulieren en een slibstortplaats bij Overvecht, waarbij een stinkgat wordt omgevormd tot natuur. Het mes snijdt zo aan twee kanten; mensen krijgen op deze manier ook meer verbinding met de lokale natuur.



Cultuur- en natuurorganisaties hebben het zwaar in tijden van crisis en kostenbesparing. Door minder overheidssteun breekt voor hen een nieuw tijdperk aan. Het Utrechts Landschap lijkt op tijd de bakens te hebben verzet. Door samen te werken, efficiënter te opereren, scherper in te kopen en meer eigen inkomsten te genereren, slaagt deze provinciale Landschapstichting er in, ruim 5.000 hectare natuur niet alleen te beheren maar zelfs jaarlijks uit te breiden. Saskia van Dockum is de nieuwe directeur. Onder haar leiding is zakelijkheid troef, maar wel met het hart op de juiste plaats.

Wat wilt u over vijf jaar bereikt hebben?

Dat wij als bewoners van deze regio nog meer verbinding krijgen met de natuur. Wij hebben nu 23.000 beschermers en 500 vrijwilligers. Wat mij betreft verdubbelt het aantal mensen dat intensief bij ons werk betrokken is. Natuur in onze regio is namelijk niet vanzelfsprekend, daar moeten we samen aan werken. Gelukkig is dit bewustzijn er steeds meer. We denken weliswaar globaal, maar ervaren onze verantwoordelijkheid vooral lokaal: dicht bij huis, in onze eigen achtertuin.

Wat is uw favoriete tv-programma?

Een goede detective, bij voorkeur uit Engeland of Scandinavië. Ik blijf er niet voor thuis, maar vind het gepuzzel naar de dader, de spanning, een erg leuk tijdverdrijf.

Wat is uw grootste talent?

Dat ik werelden en mensen met enthousiasme met elkaar verbind. Daarbij heb ik van nature interesse voor andere inzichten en ideeën. De kern is dat ik altijd op zoek ben naar een gezamenlijk belang. Daar ligt namelijk de sleutel tot succes; daar zit de winst, het echte geluk. Niemand wordt beter van een eenzijdig mens- of wereldbeeld, ook omdat het nooit zo is. Het gaat erom dat je samen met anderen de wereld beter maakt. En samen is dus echt samen.

Wat is uw valkuil?

Dat ik te snel wil, veel ideeën heb en deze graag vandaag nog wil uitvoeren. Ik houd nu eenmaal van verandering, afwisseling en ondernemen. En dat doet niet iedereen, dus mijn omgeving heeft wel eens last van mij.

Met wie wilt u graag een beschuitje eten?

Met Lieve Declercq, directeur van Vitens. Met haar wil ik praten over de reële prijs van drinkwater. Zij streeft naar het beste drinkwater, veilig en gezond, en dat tegen de laagste prijs. Ik wil natuurbehoud en natuurversterking. Onze belangen zijn nagenoeg gelijk als je bedenkt, dat de natuur zich bovengronds afspeelt en het drinkwater op de Utrechtse Heuvelrug van diep beneden komt. Deze vormen samen een ecosysteem dat voor ons gezamenlijk streven onmisbaar is. Dus is de vraag tijdens het beschuitje: wat kan ik voor haar betekenen, wat zij voor mij?

Heeft de huidige economische crisis ook positieve effecten?

Het stimuleert tot ondernemerschap. Je wordt creatiever, scherper, maar je beseft ook dat het belang van echte betrokkenheid essentieel is. Wij realiseren ons steeds meer dat het zonder engagement niet lukt. Daarom vragen we door bij een gift van mensen of bedrijven: 'Waar moet uw geld zijn werk doen?' Op deze manier verbind je mensen op een meer persoonlijke manier met ons werk en met het uiteindelijke resultaat. Mensen worden vaak blij van het zichtbare effect van hun bijdrage. En dat vieren we graag met een goed glas op de locatie zelf!

Hoe ziet uw ideale zondagmiddag eruit?

Ik heb ooit op school een opstel geschreven over de zondag; deze dag vond ik saai. Inmiddels ben ik de zondag gaan waarderen, want nu verlang ik naar de momenten waarop ikzelf kan bepalen wat ik met mijn tijd doe. Hoe ik de zondag dan invul? Heel afwisselend, van een fikse wandeling of

bezoek aan een museum tot een dag in pyjama met een boek voor de open haard.

Waar bent u onlangs van geschrokken?

Ik zat bij FC Utrecht toen ze tegen Feyenoord speelden. Daar stond de ME klaar om de orde te handhaven. Uiteindelijk moesten ze ingrijpen. Blijkbaar vinden wij die inzet 'normaal' en 'financieel acceptabel', terwijl wij het toezicht op de buitengebieden financieel maar niet rond krijgen. Dan denk ik dat de verhoudingen zoek zijn.

Wie verdient een lintje?

Henk van Limpt, een vrijwilliger van ruim 70 jaar, die elke dag met hart en ziel voor ons aan de slag is en veel nieuwe leden werft. Ik bewonder zijn vitaliteit en belangeloosheid: het draait nooit om hem. Fantastisch!

Wat is uw favoriete muziekstuk?

De Carmina Burana van Carl Orff en Paradise by the dashboard light van Meat Loaf. Wat ze gemeen hebben? Intense muziek uit mijn middelbare schooltijd.

Wat is uw levensmotto?

Je bent verantwoordelijk voor je eigen keuzes, voor je eigen leven, maar je bent niet alleen op de wereld. Dat geldt ook voor hoe we om moeten gaan met de natuur. Die is er voor ons en van ons: een gezamenlijke verantwoordelijkheid. Dus geniet en gedraag je. Houd er rekening mee dat als je wilt genieten van een ree of das, zij ook een plek verdienen in deze regio. ■

Weerstand tegen Het Nieuwe Werken neemt toe

Maakt bekend onbeminder?

TEKST CEES LOUWERS

De Nieuwe Werken Barometer wordt sinds 2010 samengesteld. Het instrument is ontwikkeld door Rotterdam School of Management van de Erasmus University, Novay en het Center for People and Buildings. De barometer brengt in kaart hoe Het Nieuwe Werken (HNW) in ons land wordt opgenomen. De initiatiefnemers claimen daarmee de wetenschappelijke vinger aan de pols van HNW te houden.

Betere score

De metingen voor de barometer zijn tot nu toe gebaseerd op data van meer dan 300 Nederlandse bedrijven en instellingen. Vorig jaar namen zo'n 70 organisaties deel aan het onderzoek. Ruim 40 hiervan hadden meer dan 500 medewerkers, bij bijna een kwart lag dat aantal tussen de 100 en 500.

In de afgelopen jaren gingen steeds meer organisaties met Het Nieuwe Werken aan de slag: 43% van de respondenten in 2011, 53% in 2012 en 64% vorig jaar. Gemiddeld genomen scoren zij ook steeds beter op HNW-gerelateerde factoren. Denk onder meer aan het vinden van een goede balans tussen wederzijds vertrouwen en controle van tijd- en plaatsonafhankelijke medewerkers, het online beschikbaar stellen van werkgerelateerde informatie en het stimuleren van openheid.

Geen hype

Bij 17% van de respondenten heeft het management een duidelijke top-down visie voor wat betreft HNW. In 27% van de organisaties bestaat de implementatie uit initiatieven van de medewerkers. In meer dan de helft

van de gevallen wordt HNW gezien als een gezamenlijke ontdekkingsreis zonder duidelijke eindbestemming. Dat laatste is niet verwonderlijk. Want al vindt een groeiend aantal organisaties de term duidelijk, een score van 36% (tegenover 25% in 2012) betekent dat nog lang niet iedereen precies weet wat met HNW wordt bedoeld. Dit maakt het formuleren van een eindbestemming tot een lastige klus.

Minder enthousiasme

Slechts ruim een kwart ziet HNW als een hype die snel weer zal verdwijnen (2012: 28%). Maar terwijl het concept steeds vaker wordt ingevoerd en de definitie alsmaar herkenbaarder wordt, groeit tegelijkertijd de weerstand en neemt het enthousiasme af. HNW riep vorig jaar volgens de barometer sub-

INTERN FEESTJE

Organisaties kijken nauwelijks naar hun klanten bij het invoeren van Het Nieuwe Werken. Dat constateert Berenschot na een onderzoek onder grote dienstverlenende organisaties, samen goed voor 300.000 medewerkers. 58 procent van de respondenten meldt met HNW externe doelen na te streven, maar de invulling daarvan blijft abstract. HNW blijkt zowel bij de overheid als in het bedrijfsleven vooral een intern feestje. De onderzochte organisaties leggen binnen HNW een sterk accent op interne zaken. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om besparingen op kantoorruimte, tevredenheid van medewerkers, het verbeteren van de productiviteit en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Volgens Luuk Verburgh van Berenschot laten organisaties door vooral intern te focussen extern kansen lig-

gen: 'Overheden en bedrijven die écht klantgericht willen werken, betrekken die klant bij het bedenken, doorvoeren en evalueren van grote veranderingen. Bij een ingrijpende verandering als HNW kan dat ook, bijvoorbeeld via klantenpanels. Laat de klanten meedenken over welke voordelen er voor hen met HNW te behalen zijn. En laat ze aangeven hoe je processen moeten ontwerpen en inrichten om de dienstverlening te verbeteren. Doe je niets met door de klant aangedragen informatie, dan komen belangrijke innovaties niet of veel moeilijker van de grond.' Als voorbeelden noemt Verburgh de frontoffice van een organisatie die dankzij HNW voortaan 24 uur per dag geopend is of het werken met vaste contactpersonen voor klanten.

Het Nieuwe Werken is al lang niet nieuw meer. Het wordt steeds duidelijker welke van de hooggespannen verwachtingen reëel zijn en welke door de realiteit worden ingehaald. Uit de meest recente editie van de Nationale Het Nieuwe Werken Barometer blijkt dat kostenbesparing de belangrijkste doelstelling is. De financiële drijfveer verdringt een groeiende werknemerstevredenheid van de eerste plaats.



Foto: Bere

stantieel minder positieve associaties op (39% tegen 50% in 2012). Ook nemen de negatieve associaties langzaam toe (19% nu, 12% in 2012). Bekend maakt onbeminderd, zou je bijna denken.

Verweven componenten

De barometer noemt 17 componenten die bijdragen aan HNW. De top 5: het toestaan van thuiswerken, digitaal documentenbeheer, een open kantooromgeving met flexibele werkplekken, activiteitgericht werken als kantoorconcept en het stimuleren van kennisdeling. De verschillende elementen zijn sterk met elkaar verweven. Het toestaan van thuiswerken gaat bijvoorbeeld in 68% van de organisaties samen met het invoeren van nieuwe ICT-voorzieningen. Een open

kantooromgeving met flexibele werkplekken wordt in 93% van de organisaties gecombineerd met het faciliteren van thuiswerken.

Obstakels

De voornaamste verwachting van HNW is niet langer een groeiende werknemerstevredenheid of een verbeterde werk/privé-balans. Waren deze gevolgen in 2012 nog nummer 1 en 2, de focus van de respondenten ligt nu vooral op kostenbesparing. De verwachtingstopping 5 bestaat verder uit een aantrekkelijk werkgeversimago en een verhoogde flexibiliteit van de organisatie. De vraag dient zich wel aan, hoe 'zuiver' de geschetste koppeling tussen HNW en bezuiniging is. Net zoals vrijwel elk

ICT-project inmiddels van een HNW-label wordt voorzien, is het strategisch slim om kostenbesparing te benadrukken als gevolg van HNW. Terwijl een bezuiniging door het aantal werkplekken te verminderen ook simpelweg een doel op zich kan zijn. Maar dat is natuurlijk minder goed verkoopbaar aan de stakeholders.

Mensenwerk

HNW is een containerbegrip. Uit een lijst met twintig mogelijke effecten van HNW verwachten organisaties er gemiddeld negen te realiseren. Door de onvermijdelijk brede aanpak valt de aandacht voor HNW vaak uiteen in elementen als ICT, P&O en kantoorinrichting. De focus ligt veelal op deze randvoorwaarden en het wegnemen van belemmeringen daarbij. Om dan toch een integrale visie te behouden, vormt een stevige uitdaging. Maar is wel cruciaal om echt stappen voorwaarts te zetten. Net als het besef dat het niet draait om een *state of the art* kantoorstoel of de nieuwste tablet, maar om het management en de medewerkers. Niet voor niets zijn de belangrijkste in de barometer genoemde obstakels voor een succesvolle implementatie van HNW allemaal mens-gerelateerd: de angst onder werknemers om de eigen werkplek te verliezen, weerstand van managers, de angst om het contact met collega's te verliezen en een mismatch met de bestaande organisatiecultuur. Kortom: ook HNW is vooral mensenwerk. ■

WIE HELPT U OM PRODUCTIEVER TE ZIJN?



Probeer onze business lounge 1 dag GRATIS* uit

Wij weten precies wat bedrijven nodig hebben om flexibel werken écht te laten werken. Flexibel werken heeft het bedrijfsleven compleet veranderd. Al duizenden organisaties werken hierdoor efficiënter en maken daarmee elke dag productiever.

Ons wereldwijde netwerk van 1800 locaties – met moderne vergaderruimten, privékantoren, gezamenlijke business lounges en dynamische plekken voor co-working – biedt een manier van werken die het best bij u past.

Flexibel werken werkt. Vraag maar aan de mensen die het kunnen weten.

0800 020 2000
regus.nl

*Deze advertentie geeft u 1 dag gratis toegang tot één van de Regus locaties in Nederland tot 31.04.2014, inclusief koffie/thee en wifi.

WE DO

RegusTM

Lean&Duurzaam



van
den
POL
ELEKTROTECHNIEK

www.vandenpol.com

DESIGN ALS
MEDIUM IN
CORPORATE
COMMUNICATIE

ATELIER WILLEM NOYONS



Brochure? tel. 030 - 2715223 of willem@noyons.com www.noyons.com



Eerste ontheffing van de AFM voor Kredietunie Midden-Nederland

Goed nieuws voor mkb-ondernemers in de provincie Utrecht. Ze kunnen elkaar geld gaan lenen via de Kredietunie Midden-Nederland. De Autoriteit Financiële Markten (AFM) heeft op 21 januari hiervoor voor het eerst in Nederland een ontheffing verleend aan een kredietunie. De verwachting is dat in maart 2014 de eerste kredieten kunnen worden verstrekt.

De Kredietunie Midden-Nederland (KMN) is een coöperatieve vereniging van, voor en door ondernemers met als doel kennis en geldmiddelen beschikbaar stellen aan mkb-bedrijven in de provincie Utrecht en de regio's Eemland, Gooi en Vechtstreek. De Kredietunie richt zich op mkb-kredieten met een omvang tot €250.000. De Economic Board Utrecht ondersteunt KMN. Henk Broeders, voorzitter van de Economic Board Utrecht: 'Wij zijn enthousiast over dit initiatief en ondersteunen daarom KMN financieel in de vorm van een lening zodat ze snel kunnen starten. Een kredietunie voor ondernemers past naadloos in onze agenda voor versterking van de regionale economie.'

Belangrijke motor

Het midden- en kleinbedrijf heeft problemen om kredieten te verkrijgen in het reguliere financiële circuit, terwijl het mkb juist een zeer belangrijke motor is van de economie. Een grote groep mkb-ondernemers kan nergens terecht voor het financieren van groei, bedrijfsovernames of noodzakelijke investeringen. Hendrik-Jan Oskamp, voorzitter van het bestuur van KMN: 'Tijdens de kredietcrisis heb ik mij vaak kritisch uitgelaten over de terugtrekkende beweging van de banken op het gebied van kredietverstrekking. Vandaar dat ik zo enthousiast ben over de Kredietunie. Wij kunnen de kredietverstrekking aan het mkb weer op gang brengen. Goed voor de economie, de werkgelegenheid en dus goed voor Nederland.'

Verbetering ondernemersklimaat

Er zijn echter ook ondernemers die voor hun beschikbare middelen slechts beperkte beleggingsmogelijkheden hebben. Zij kunnen via een kredietunie middelen beschikbaar stellen, maar ook kennis overdragen. Deze combinatie van kapitaal, kennis en kunde draagt bij aan de verbetering van het ondernemersklimaat in de regio.

De Kredietunie springt in op een sterk aanwezige behoefte. Vrees dat mkb'ers hun lening niet terug kunnen betalen, heeft Hendrik-Jan



Innovation Day 2013 stond in het teken van 'Groen, gezond en slim'. Het event vond plaats in De Nieuwe Stad op het Oliemolenkwartier in Amersfoort, in de voormalige Prodent-fabriek. Vragen als; Wanneer is innovatie eigenlijk succesvol? En wat is de relatie tussen creativiteit en innovatie? kwamen op 11 december ter sprake. Tijdens het ochtendprogramma sprak de CEO van Bol.com, Daniel Ropers. In de middag vonden sessies plaats, werd het Co-Lab gelanceerd en reikte Herman Wijffels de Duurzaamheidsprijs uit.

Oskamp niet: 'Wij beoordelen de aanvragen als bestuur kritisch. Wanneer een bedrijf aan de voorwaarden voldoet, kunnen onze leden zich daar op inschrijven. De kredietnemer krijgt een coach en deze kijkt mee, ook door de ogen van het bestuur. Als het dreigt fout te gaan, kunnen we dus snel ingrijpen.' De rol als 'sparringpartner' kan ook weer leiden tot nieuwe ideeën en initiatieven.

KMN werd begin oktober 2013 formeel opgericht en is nu de eerste in Nederland met een ontheffing van de AFM. Hendrik-Jan Oskamp: 'We zijn nu volop bezig met de voorbereidingen, zodat in maart de eerste kredieten kunnen worden verstrekt. Houd onze Twitteraccount en website dus in de gaten voor het laatste nieuws!' ■

Meer informatie: www.kredietuniebeheer.nl/kmn
Twitter: @KredietunieMN

Nieuwe fase voor De Boorder Bedrijfshuisvesting

Van makelaar naar allround vastgoedadviseur



Marco van Diggelen en Erik de Jager: 'De huidige markt vraagt om realisme, niet om luchtkastelen.'

Erik de Jager zit 15 jaar in het makelaarsvak. Hij is eigenaar van IJsselstreek Zakelijk waarmee De Boorder een strategische samenwerking heeft. 'Als jarenlange vakgenoten waren Marco van Diggelen en ik al goede bekenden. Maar bij de voorbereiding van de overname hebben we elkaar echt door en door leren kennen.'

Natuurlijke verdeling

De twee makelaars verschillen behoorlijk, zo blijkt. 'En dat is ook goed. Twee identieke personen aan het roer van een bedrijf voegen weinig toe. Juist omdat wij elkaar aanvullen, zijn we samen sterker.' Bij een inventarisatie van de directietaken leid-

den ieders voorkeuren tot een natuurlijke verdeling. 'Maar over doelstellingen en ambities denken we precies hetzelfde: we willen met energie en plezier werken aan de verdere uitbouw van dit bedrijf,' aldus Van Diggelen. Medewerkers spelen daarbij een cruciale rol. 'Erik en ik hechten aan een platte organisatie en hebben geen last van een groot ego. Mensen krijgen alle ruimte om mee te denken en te groeien.'

Onzeker

De Boorder opereert in een dynamische markt. 'Kopers en huurders hebben het voor het zeggen; er is veel aanbod en een

De Boorder Bedrijfshuisvesting Makelaars is een bekende naam in de regionale vastgoedmarkt. Na ruim dertig jaar vonden de eigenaren het tijd om het stokje over te dragen. 'Ik ben blij dat wij de kans hebben gekregen om hun bedrijf over te nemen,' zegt Marco van Diggelen, al dertien jaar werkzaam bij het kantoor aan de Utrechtse Maliebaan. Met 'wij' doelt hij op mededirecteur Erik de Jager. Samen geven zij per 1 oktober vorig jaar leiding aan De Boorder.

beperkte vraag. Ook merk je dat ondernemers onzeker zijn over hun toekomst. Beslissingen over andere huisvesting worden weloverwogen genomen én in een breed perspectief geplaatst. Daarom duurt het lang voordat een besluit tot stand komt. Om in zo'n krachtenpel als bedrijfsmakelaar met succes te opereren, red je het niet met een 9 tot 5-mentaliteit. Je moet veel tijd investeren om een deal rond te maken.'

Efficiency is dan ook een belangrijk aandachtsveld. De Jager: 'We zijn volop bezig om processen nog efficiënter te laten verlopen. Denk onder meer aan het gebruik van een geavanceerd CRM-systeem. Als dat soort zaken optimaal geregeld is, kunnen we ons nog beter focussen op waar het echt om gaat: het optimaal bedienen van onze klanten.' Ander speerpunt is marketing. 'Bij veel makelaars een ondergeschoven kindje, maar in de huidige markt is een actieve commerciële profilering simpelweg noodzakelijk. We zetten daar fors op in met prominente borden plus veel on- en offline communicatie. Het markante geel/blauw is daarbij een krachtig en herkenbaar element.'

Lichtpuntjes

Vastgoedeigenaren hebben te maken met een nieuwe realiteit. 'De waardecorrectie is langzamerhand geaccepteerd,' weet Van Diggelen. 'Al stabiliseert de vraag zich en zijn er hier en daar zeker lichtpuntjes, er komen nog altijd meer vierkante meters bij dan er worden opgenomen. Ook zitten bedrijven vaak te ruim in hun jas. Dat merk je pas als een huurcontract afloopt en kleinere huisvesting wordt betrokken. Verder is steeds meer behoefte aan flexibiliteit. Organisaties willen snel kunnen schakelen bij uitbreiding of krimp en dat leidt tot kortere contracten.'

Geen luchtkastelen

Huurders en kopers hebben ruime keus en zijn zeer kritisch. 'Als makelaar brengen wij de eerste indruk van een kantoor- of bedrijfsruimte aan de man,' aldus De Jager. 'En die eerste indruk is cruciaal. Staat een gebouw er niet goed verzorgd bij dan haken kandidaten direct af. Daarom verdient de uitstraling veel aandacht.' Dit kan betekenen dat de kost voor de baat uitgaat; soms moeten eigenaren eerst investeren om een pand weer aantrekkelijk te maken. Om ze daarvan te overtuigen, is niet altijd eenvoudig. 'Maar wel noodzakelijk, als je het vak en je klanten serieus neemt. Doorslaggevend is niet de hoogste verwachte prijs of de laagste courtage. De huidige markt vraagt om realisme, niet om luchtkastelen.' De Jager is Register Taxateur, een

specialisme dat van essentieel belang is. 'Een gedegen taxatie geeft inzicht in de werkelijke waarde van een object. Het is onmisbaar als basis voor een adequaat advies.'

Transformatie

De analyse van een leegstaand gebouw maakt duidelijk welke maatregelen nodig zijn om het tij te keren. Van Diggelen: 'Soms volstaan cosmetische verbeteringen of een gewijzigde indeling. Maar het komt steeds vaker voor dat transformatie naar een andere bestemming de beste oplossing is. Wij helpen om dergelijke alternatieven in kaart te brengen en ondersteunen bij de uitvoering ervan.'

Daartoe kan De Boorder een beroep doen op een flexibele schil van specialisten. 'Denk aan een bouwkundige, een jurist of een kantoorinrichter. Ook onze eigen achtergrond is daarbij van waarde.' Voordat Van Diggelen koos voor het makelaarsvak, hield hij zich bezig met de inrichting van gebouwen, van casco object tot volwaardig kantoor. De Jager is technisch ingenieur en was eerder werkzaam bij een adviesbureau voor bodemonderzoek en -sanering. 'Ook die bagage komt regelmatig van pas.'

Stevige basis

De brede achtergrond past naadloos bij de verandering die De Boorder volgens beide directieleden doormaakt. 'Van makelaar ontwikkelen wij ons steeds meer tot een allround vastgoedadviseur. De markt vraagt dat van ons. Daarbij ligt de focus op continuïteit en partnership op de lange termijn. We gaan niet voor de snelle deal, maar voor een gedegen advies met een hoog serviceniveau.'

Met deze stevige basis sluiten Van Diggelen en De Jager verdere expansie in andere plaatsen niet uit. 'Daarbij gaan we zeker niet over één nacht ijs. Succes zit hem immers in het maken van de juiste keuzes. De overname van De Boorder was zo'n keuze. Het is nu zaak om dat door te trekken en zo de potentie van het bedrijf, de medewerkers en onszelf maximaal te benutten.' ■

Voor meer informatie:

De Boorder Bedrijfshuisvesting Makelaars

T 030-232 22 77 - info@deboorder.nl

www.deboorder.nl

Kantorenlandschap in kaart

Communicatie als eerste vereiste

Het kantorenlandschap was nog nooit zo veranderlijk als de laatste decennia. Sociaal-maatschappelijke en vooral technologische ontwikkelingen zorgden ervoor dat we anders zijn gaan werken: de werkomgeving veranderde, maar ook de werkmethodes.

Het leek er zelfs even op dat het kantoor zijn langste tijd had gehad: de trend van Het Nieuwe Werken – een generatierenderende aanduiding die veel recente veranderingen probeert te omvatten – had tot gevolg dat bestaande kantoren op de schop gingen ofwel verdwenen. Ook de economische crisis zorgde ervoor dat het kantooroppervlak afnam; bedrijven gingen failliet of moesten medewerkers ontslaan.

Bedachte term

Tegenwoordig kan je kantoor overal zijn waar internet beschikbaar is. Maar de meest recente trend is dat mensen toch weer graag naar een vaste werkplek (het kantoor) gaan, waar ze collega's ontmoeten en de communicatie veel persoonlijker kan verlopen. Want in tegenstelling tot wat trendwatchers enkele jaren geleden voorspelden, zal de generatie-Y (een bedachte term die een groep probeert te vangen die zich niet laat vangen) over het algemeen liever een vaste werkplek op een kantoor hebben. Bovendien: die mobiele werkplek is lang niet voor iedereen weggelegd, om diverse redenen. Maar dat moderne kantoor ziet er heel anders uit dan pakweg 25 jaar geleden. Sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen hebben hun weerslag gevonden in het kantoorwerk. De gemene deler daarbij

is communicatie: de allesoverheersende trend van deze tijd.

Ervaringen delen

Dankzij social media houden we elkaar tegenwoordig op de hoogte van onze activiteiten. Maar dan gaat het voornamelijk om privé-zaken. De komende jaren zal het kantoor worden bevolkt door vier generaties: de babyboomers, de generatie-X, de generatie-Y en de *millennials*. Die jongeren zullen kunnen profiteren van de werkervaringen van de ouderen, terwijl ouderen op hun beurt kunnen leren, hoe om te gaan met de nieuwste technologieën. Bovendien kunnen die jongeren misschien wel beter inspelen op de veranderde wensen en eisen van de moderne bewuste consument. Die zogeheten kennis-economie waar we naartoe gaan, houdt meer in dan alleen het hebben van parate feitelijke kennis.

Holistisch

Afdelingen die normaal gescheiden zouden zijn, worden steeds vaker in één ruimte geplaatst. Dit omdat de onderlinge communicatie aanzienlijk verbeterd kan worden. Taken en verantwoordelijkheden in een moderne organisatie lopen immers door elkaar, dan wel zijn nauw met elkaar verbonden. Bovendien bevordert deze gemengde opstelling de band en de kennisuitwisseling tussen medewerkers van

verschillende afdelingen. Men ziet waar de ander mee bezig is, kan sneller overleggen. Kortom: de efficiëntie neemt toe.

Kwaliteitswerkplekken

Kantoorwerk bestaat in de meeste gevallen uit een aantal verschillende taken en activiteiten. In het ideale geval past de medewerker zijn of haar werkplek aan de taak aan. Dat houdt in dat er ook verschillende soorten werkplekken moeten zijn. Onder hoogwaardig werk verstaan we taken waarbij een grote mate van concentratie vereist is, zoals financiële administratie. Maar je kunt ook denken aan vertrouwelijke gesprekken of een moeilijk telefoontje. Een hiervoor geschikte werkplek moet aanvullende voorzieningen hebben als het gaat om privacy, akoestiek en eventueel zelfs comfort.

Transparantie

Eén van de eigenschappen van Het Nieuwe Werken is dat er eigenlijk geen vaste werkplekken meer zijn. De manager/chef/coach zit tussen het 'gewone' volk, dat zo kan zien waar de 'baas' mee bezig is. Uit recente onderzoeken is al gebleken dat in eerste instantie werd gevreesd voor een 'big brother'-effect. Maar al snel werden de voordelen van zo'n gemengde opstelling duidelijk. Het is een ander aspect van de holistische werkomgeving: je ziet waar al je collega's (dus ook de leidinggevenden) mee bezig zijn. Overleg kan heel snel, ook met de leiding – die zit immers naast je. Die transparantie zien we eveneens bij de inrichting: waren scheidings- en systeemwanden voorheen gewoonlijk ondoorzichtig, tegenwoordig worden steeds



vaker doorzichtige wanden gebruikt. Om een ruimte multifunctioneel te maken, bestaat de mogelijkheid om een wand van een speciaal soort glas tijdelijk ondoorzichtig te maken door er een zwakstroom doorheen te sturen.

Gezond

De kantoren aan het begin van de vorige eeuw kenmerkten zich door uniformiteit: iedereen had hetzelfde bureau, dezelfde stoel en dezelfde hulpmiddelen. Al snel kwam men erachter dat dit voor veel mensen lichamelijke problemen opleverde. Het besef brak door dat de werkplek meer moest worden afgestemd op de individuele gebruiker. Dit leidde tot een geheel nieuwe discipline: ergonomie. Stoelen, werkbladen, verlichting, ICT, bijna alles is aan te passen aan de persoonlijke voorkeur. Tenminste, op zogenoemde vaste werkplekken. Voor wat betreft flexplekken is nog veel te winnen, al zijn daar ook voldoende oplossingen voor.

Naadloos verbonden

Het eerdergenoemde holistische kantoor waar afdelingen 'door elkaar' zitten, is in de praktijk niet altijd mogelijk. Een financiële administratie heeft andere behoeftes dan een verkoopafdeling; op luide toon gevoerde verkoopgesprekken kunnen concentratiewerkers behoorlijk storen. Wel moeten deze afdelingen vaak en intensief communiceren. Daarom is het zaak deze naadloos met elkaar te verbinden, zo niet fysiek dan wel communicatief. Voor een goede workflow zijn perfecte verbindingen cruciaal. Die verbindingen kunnen technisch zijn (telefoon, mail) maar ook letterlijk. In een modern, praktisch ingericht kantoor zie je dan ook vaak dat afdelingen weliswaar gescheiden zijn, maar ook weer niet dusdanig dat snelle communicatie wordt bemoeilijkt. Een beetje interieurarchitect houdt daar rekening mee bij de planning van de ruimtes. Vandaar ook dat die dikke muren worden vervangen door (transparante)

scheidingswanden. Of een *open office* een indeling krijgt met behulp van – bijvoorbeeld – archiefkasten. Die scheiding kan ook worden gerealiseerd door het plaatsen van een overleg-/relaxplek tussen de afdelingen in. Zo zitten deze letterlijk wat verder van elkaar maar is communicatie toch makkelijk te realiseren.

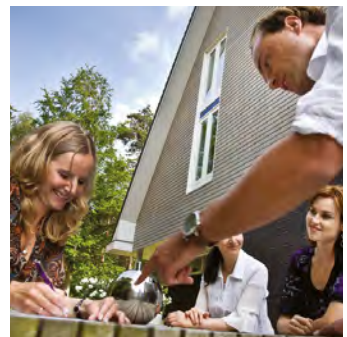
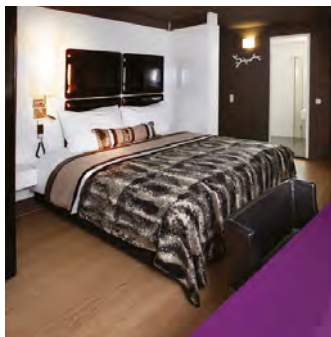
Goed luisteren

Zoals gezegd: er zijn veel kantoorvormen mogelijk, en mixen van vormen. Voorop staat dat de werkstromen vloeiend en soepel kunnen verlopen, en daarvoor is een optimale communicatie een eerste voorwaarde. Die kan worden bevorderd en zelfs gestimuleerd door een passende inrichting, maar ook met behulp van goede apparatuur. De ideale situatie kan worden gerealiseerd door goed te luisteren naar de behoeftes van de medewerkers zelf. Zij weten gewoonlijk het best hoe ze hun taken optimaal kunnen uitvoeren. ■

ervaar de +waarde van woudschoten

U boekt weleens een vergaderaccommodatie of conferentieruimte. U wilt dan zeker zijn dat die accommodatie voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist is centraal gelegen op een bosrijk eigen landgoed van 45 hectare. Graag nodigen wij u uit de +waarde van Woudschoten te ervaren. Naast de all-in prijsstelling vindt u de +waarde vooral in onze persoonlijke gastgerichtheid.



Woudschoten

HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergsesweg 54 T 0343 - 492 492 E info@woudschoten.nl
3707 HX Zeist F 0343 - 492 444 I www.woudschoten.nl

FC Utrecht groeit commercieel

'Grote stap voorwaarts voor de club'

Tijdens de drukbezochte nieuwjaarsreceptie van FC Utrecht werd op zakelijk vlak veel goed nieuws gemeld. Grootaandeelhouder Frans van Seumeren heeft de schulden die de club had aan hem kwijtgescholden. 'We zijn er nog niet, maar dit is een grote stap voorwaarts,' aldus Wilco van Schaik, die ook een aantal nieuwe sponsors verwelkomde. 'Geheel tegen de markt in is FC Utrecht commercieel groeiende.'

De algemeen directeur stond uitgebreid stil bij de fusie met Football Players International (FPI), het spelersinvesteringsfonds van Frans van Seumeren Holding. 'Ik heb sterk het idee dat niet iedereen beseft wat deze herstructurering betekent voor de club en wat Frans van Seumeren mogelijk heeft gemaakt. Door deze fusie staan de transferrechten van alle spelers die een contract hebben bij FC Utrecht weer op de balans van de club. Dit betekent dat toekomstige transferresultaten ten gunste komen van FC Utrecht.' Binnen de club en FPI zaten

de afgelopen jaren schulden aan Frans van Seumeren. 'Die zijn allemaal omgezet in eigen vermogen. Het gaat om een bedrag van 27 miljoen euro! Frans van Seumeren heeft deze schulden kwijtgescholden, waardoor de boeken van FC Utrecht nagenoeg leeg en schoon zijn.' Het leverde de grootaandeelhouder terecht een ovationeel applaus op.

Op koers

'We zijn er nog niet, maar dit is een grote stap voorwaarts voor de club,' weet Van Schaik.

'In 2016 willen we de operationele schulden naar nul krijgen. Hiervoor hebben we nog twee zware jaren te gaan, maar we liggen volledig op koers.' Daarbij is FC Utrecht bezig met meerdere dossiers. 'Denk hierbij aan gesprekken die wij voeren met de gemeente, de curator en de eigenaar van het stadion, of over de huur van ons trainingscomplex. Ook de hoeken van het stadion hebben onze aandacht.'

Aantrekkingskracht

Op het sponsorfront was eveneens goed nieuws te melden. Het komende anderhalve seizoen prijkt de naam YEAU! op zowel de mouwen als de achterkant van de shirts. YEAU! is een klein, opvallend flesje met een smaakversterker. Het innovatieve product wordt door het Utrechtse bedrijf The Better For You Company als A-merk gepositioneerd. 'Beide partijen zijn uitermate ambitieus. Dit tekent de aantrekkingskracht van FC Utrecht,' aldus Van Schaik.

Mouwen opstropen

Ook Hagero verbond zich als sponsor aan de club. Het bedrijf is de tweede seizoenshelft en het volgende seizoen broeksponsor van FC Utrecht. Hagero is specialist in het verzorgen en beheren van de complete documentenstroom. 'Doel van de sponsordeal is het vergroten van de landelijke naamsbekendheid', zegt directeur Hans de Zeeuw. 'Hagero schuift met zijn zakelijke activiteiten vanuit de regio Rijnmond/Drechtsteden op richting het midden van het land. Om in de regio Utrecht sneller voet aan de grond te krijgen, kiezen wij er bewust voor te investeren in het zakelijke netwerk van FC Utrecht en de bijbehorende expusuremogelijkheden. Het karakter van Hagero en de voetbalclub vertonen veel overeenkomsten, zoals een no-nonsense-mentaliteit en mouwen opstropen. Hierdoor is een natuurlijke klik ontstaan.' ■



Koert Liekelema (links) en Wim van Roekel van The Better for You Company ondertekenen het sponsorcontract voor YEAU!

BIJ HET TOEGANKELIJKE TOPKANTOOR HECHTEN
WE VEEL WAARDE AAN BEIDE WOORDEN:

JURIDISCHE DIENSTVERLENING

DAAROM ADVISEREN WIJ
ONZE CLIENTEN PRO-ACTIEF,
BEGRIJPEN EN TER ZAKE
OM PROBLEMEN TE VOORKOMEN
OF OP TE LOSSEN.

WIJ ZIJN U GRAAG VAN DIENST!



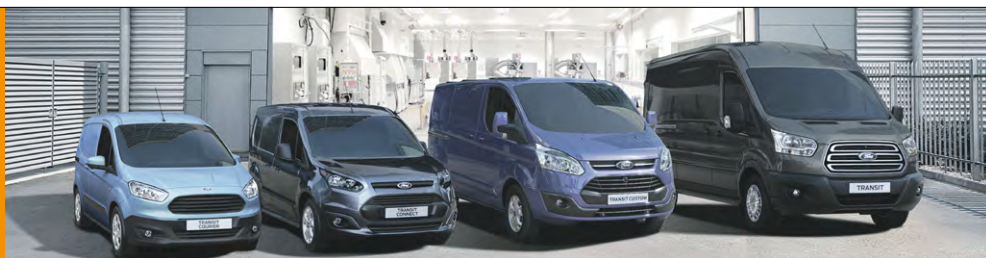
Bezoek onze website
www.vbk.nl, volg ons op
twitter @VBKnl of bel ons
voor een oriënterend gesprek
op 030 - 259 56 07.

VAN BENTHEM & KEULEN
ADVOCATEN & NOTARIAAT

“De nieuwe Transit generatie: beter dan ooit”

- > Laagste brandstof- en onderhoudskosten
- > 5 sterren voor veiligheid bij EuroNCAP
- > Bekroond met prestigieuze awards:

Van of the Year 2013 en 2014,
Bestelauto van het Jaar 2014



Ford Transit Courier
Coming soon
Medio juni v.a. € 9.990,-

Ford Transit Connect
Nu binnen
Jubileumdeals v.a. € 12.890,-

Ford Transit Custom
Volop beschikbaar
Jubileumdeals v.a. € 17.925,-

Ford Transit
Coming soon
Medio april v.a. € 20.300,-



FORD UTRECHT
schakelautogroep.nl

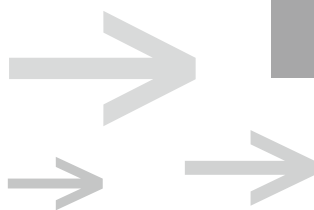
Transit Centrum • De Meern-Utrecht Leidsche Rijn 8 Landzigt 12 • T 030-291 11
Utrecht Autoboulevard • Hudsondeef 7 • T 030-261 95 80 11



Prijzen exclusief BTW/BPM en kosten rijklaar maken. Prijsaanpassingen i.v.m. wettelijke maatregelen zijn voorbehouden. Vraag naar de voorwaarden. Zie voor verkoopvoorwaarden www.ford.nl.

KANTOORRUIMTE
FULL SERVICE
VERGADEREN EVENTS
FLEXPLEKKEN

hetnieuwekantoor.com



HNK
UTRECHT

Weg der Verenigde Naties 1, Utrecht

powered by **nsi**

NET GEOPEND!

GaragePark geeft ondernemers de ruimte

Innovatief vastgoedconcept blijkt schot in de roos

'Ruimte is schaars in Nederland,' weet vastgoed-ondernemer Rick Venema. 'Ook bij nieuwbouw wordt amper nog voorzien in berg- of werkruimte. Er is dus nauwelijks plek voor hobby of beroep. Tegelijkertijd ontstaat steeds meer bedrijvigheid. Zzp'ers, kleine ondernemingen, webshops; allemaal hebben ze ruimte nodig voor activiteiten of opslag. Werken vanuit huis is lang niet voor iedereen een optie. En garageboxen in een woonwijk mogen niet bedrijfsmatig worden gebruikt.'



Geïnspireerd door voorbeelden die hij in Amerika zag, ontwikkelde Venema daarom GaragePark: een minibedrijfsterrein met zelfstandige units in de vorm van multifunctionele garageboxen. Centraal gelegen, dag en nacht toegankelijk en tegen lage kosten te huur of te koop. De betonnen boxen zijn gebruiksklaar en standaard voorzien van stroom, verlichting plus eigen brand- en inbraakalarm. Door de lange lijst met opties kan een unit helemaal naar wens worden ingericht. De boxen zijn er in verschillende afmetingen; ook kunnen units gekoppeld worden. Voor bijna elke ruimtevraag biedt GaragePark daardoor een passende oplossing.

Uitkomst

Door de flexibele opzet zijn de units een uitkomst voor een brede groep gebruikers: ondernemers, zelfstandigen en particulieren. 'Boxen kunnen worden ingericht als werkplaats, showroom of kantoor. Een unit is bijvoorbeeld ook een prima plek om de voorraad van een webwinkel droog en veilig op te slaan. Of kan gebruikt worden voor de stalling van een oldtimer of ander waardevol bezit.' GaragePark beschikt over sanitaire voorzieningen. Elke unit heeft een officieel huisnummer en postadres. Onderhoud wordt centraal geregeld, er is een actieve VVE en een duidelijk huishoudelijk reglement.



Veertig parken

In 2007 opende Venema het eerste GaragePark in Zeewolde. Sindsdien bouwt hij gestaag verder aan het no-nonsenseconcept dat inmiddels staat als een huis. Op dit moment zijn er 525 units verdeeld over locaties in Almere, Lelystad, Uithoorn, Zeewolde en Nieuwegein. In deze laatste gemeente komen op bedrijvenpark De Liesbosch in verschillende fasen in totaal 180 units; Het animo voor het eerste gedeelte was groot. De uitgifte van het zesde GaragePark in Wieringeren (regio Haaglanden) is zojuist gestart en meer locaties zijn in voorbereiding. Venema had een vooruitziende blik; GaragePark blijkt een schot in de roos. 'De vraag naar ruimte zal in de toekomst alleen maar verder toenemen. Daarom willen wij binnen tien jaar uitbreiden naar veertig parken door heel Nederland.' ■

GARAGEPARK ALS BELEGGING

GaragePark biedt niet alleen de mogelijkheid om units voor eigen gebruik te huren of te kopen. Ook steeds meer investeerders ontdekken de voordelen van een garagebox als belegging:

- Hoogwaardige bedrijfsunits op toplocaties
- Rendabele vastgoedinvestering
- Bruto rendement tot wel 9%
- Reële kans op waardeinstijging

Desgewenst neemt GaragePark de werving van huurders plus de complete afhandeling uit handen.

Meer informatie? Kijk op www.garagepark.nl of bel 030-7440765.

Auto Totaal Service Zeist B.V.



www.ats-autogroep.nl



TOYOTA

Blanckenhagenweg 12-14 3712 DE Huis ter Heide / Zeist
Tel: 030 - 698 19 10 E: info.zeist@ats-autogroep.nl

FoodCorner

Geopend in Asian Tower!

Koffiecorner, drankjes, broodjes, sushi, etc.



Foodcorner is nu geopend in Asian Tower!

Met een groot assortiment aan **verse broodjes**, **Japanse gerechten** en de bekende **Chinese Wokki box** om hier op te eten of om mee te nemen.

Kijk voor meer informatie op onze website:
www.food-corner.nl

Ravenswade 1a Nieuwegein | info@food-corner.nl | www.food-corner.nl

ASIAN TOWER

JAPANS EN ORIENTAALS
SPECIALITEITENRESTAURANT



o.a. voor zaken diners, bedrijfslunches en
sushi bedrijfcatering



Ravenswade 1a Nieuwegein | T 030 287 40 90
info@asiantower.nl | www.asiantower.nl

Rasondernemer Ben Mandemakers:

'Ik zie altijd kansen'

TEKST HANS HAJÉE



De Mandemakers Groep is met een omzet van ruim 1,1 miljard euro marktleider op het gebied van keukens, meubelen en sanitair. Zijn drie zoons zijn inmiddels werkzaam in het familiebedrijf maar oprichter Ben Mandemakers peinst er nog niet over om het stokje over te dragen. 'Ik werk al 36 jaar in een geweldig bedrijf. Een bevoorrechte positie. Dat besef maakt me blij en geeft energie, elke dag opnieuw.'

Ben Mandemakers heeft een beter gevoel over de stand van de economie dan een jaar geleden. 'Natuurlijk baart de oplopende werkloosheid ook mij zorgen. Die is zeker niet van vandaag op morgen voorbij en zorgt voor toenemende druk op de consumentenbestedingen. Maar de afgelopen jaren zijn veel bedrijven afgeslankt en hebben zich ingesteld op de veranderde omstandigheden. En een aantal spelers is van de markt verdwenen. Het kaf is van het koren gescheiden en dit betekent meer ruimte voor de overblijvers. Ik zie de toekomst daarom positief in. Zeker voor ons; wij zullen ook dit jaar blijven groeien.'

Kruisbestuiving

Dat groeien deed De Mandemakers Groep (DMG) in 2013 zowel in Neder-

land als in het buitenland, waar het bedrijf actief is in Duitsland en België. 'Omzet en marktaandeel namen toe. Wij openen nog steeds nieuwe winkels en hebben op dit moment 170 vacatures.' Met 4.500 medewerkers realiseerde DMG vorig jaar een omzet van ruim 1,1 miljard euro. Hierbij is de leasetak niet inbegrepen. In 2012 kocht Mandemakers samen met de Van Mossel Groep twee leasebedrijven uit de failliete Krooymans-boedel. Een opmerkelijke stap – of toch niet? 'Wanneer je je als bedrijf alleen concentreert op een specifiek marktsegment, maakt dat kwetsbaar. Daarom zijn we ook in voor ons vreemde branches alert op overnamekansen. Eric Berkhof van de Van Mossel Groep ken ik goed, al jarenlang. We trokken bijvoorbeeld samen op bij de redding van RKC

Waalwijk toen de club in zwaar weer verkeerde. Er is een klik en een gemeenschappelijke drive die we in onze lease-activiteiten goed kwijt kunnen.' De joint venture is met 30.000 auto's en 400 miljoen euro omzet een grote speler in de Nederlandse leasemarkt. 'Het mooie is dat we dingen leren van deze voor ons nieuwe activiteiten. Die ervaringen komen de eigen business ten goede. En wij brengen onze retailkennis in waar de leasetak baat bij heeft. Door deze kruisbestuiving kunnen ook bedrijven die amper iets gemeenschappelijks hebben elkaar wel degelijk versterken.'

Friettent

De roots van DMG liggen in een schuurtje achter het ouderlijk huis van Ben Mandemakers. Daar startte hij in 1978



Ben Mandemakers: ondernemen als tweede natuur

met de verkoop van keukens, die hij aan de man bracht door in zijn VW Kever bij potentiële klanten langs te gaan. Ruim 35 jaar later geeft Mandemakers leiding aan een miljardenbedrijf. Als hij in de huidige tijd zou starten, is zo'n scenario dan opnieuw denkbaar? 'Ondernemen is mijn tweede natuur. Ook als ik morgen in een compleet andere branche zou beginnen, zou ik me voor de volle honderd procent inzetten om ook hiervan een succes te maken.'

'Doemdenkers zul je in dit bedrijf niet aantreffen'

Dit statement leidt tot de vraag die Mandemakers vaker krijgt: wat is de sleutel van zijn succes? 'Het staat en valt met discipline. Nog altijd ben ik elke ochtend om zes uur op de zaak; hooguit wordt het eens half zeven. Mijn motivatie is onverminderd en ik blijf continu zoeken naar manieren om het nog beter te doen. Wat je ook begint – of het nou een keukenzaak is of een friettent – als je alles geeft en met hart en ziel werkt, kan bijna iedereen een succesvol bedrijf opbouwen en kapitaal vergaren. Maar je moet het dan wel volhouden en niet al na een paar jaar gas terug nemen. Klanten merken dat onmiddellijk.'

Blijven leren

Mandemakers is positief ingesteld. 'Het glas is voor mij halfvol; ik zie altijd kansen. Daarom stoort ik me ook enorm aan het negativisme dat de afgelopen jaren hoogtij vierde. Los van de structurele oorzaken van de crisis hebben we elkaar voor een belangrijk deel zelf de put in gepraat. Ik doe daar niet aan mee, accepteer dat ook niet van mijn mensen.'

Doemdenkers zul je in dit bedrijf niet aantreffen.'

Ook terugkijken is niet aan de Brabantse ondernemer besteed. 'Ik kijk liever vooruit. Natuurlijk heb ik in het verleden soms verkeerde keuzes gemaakt, bijvoorbeeld een bedrijf voor een veel te hoge prijs overgenomen. Spijt heb ik daar niet van, al neem je zo'n ervaring natuurlijk wel mee. Want het is zaak te blijven leren, je telkens verder te ontwikkelen; als

persoon én als bedrijf. 2014 is voor ons in feite al voorbij. We zijn alweer bezig met de jaren daarna. Waar hebben klanten dan behoefte aan, hoe kunnen we ons onderscheiden en succesvol blijven?'

Eén label

Voor dat succes is de factor prijs cruciaal. 'Om te overleven moeten leveranciers maximale kwaliteit bieden tegen een zo scherp mogelijke prijs. Dat lukt alleen door onze forse schaalgrootte en omdat we de productie geheel in eigen hand hebben. Van deze strategische keuze van pakweg tien jaar geleden plukken we nu de vruchten.' Ook op andere gebieden zijn de prestaties sterk verbeterd. 'Vroeger was het heel normaal om zes weken te wachten op een keuken, nu wordt deze al binnen een paar weken geleverd. En als je een vaatwasser bestelt, plaatsen we die als het moet al de volgende dag. De hele organisatie, alle processen zijn erop ingericht om snel te kunnen schakelen en de verwachtingen van klanten te overtreffen. Zodat ze niet alleen hun eerste keuken bij ons kopen, maar ook de vierde. En niet alleen een nieuwe zithoek, maar ook een badkamer.' In dat kader is Mandemakers voornemens om het label van DMG te koppelen aan formules als Brugman, Woonexpress en Piet Klerkx. 'Dat maakt voor consumenten duidelijk dat al deze bedrijven deel uitmaken van hetzelfde sterke merk.'

Ook Mandemakers' formules hebben te maken met de opmars van e-commerce. 'Maar het blijft altijd een kwestie van één én, een combinatie van fysieke en digitale kanalen. Oriënteren mensen zich bij kleding vaak in de winkel en kopen ze vervolgens het product tegen een lage prijs via internet, bij ons is die volgorde juist andersom. De uiteindelijke deal wordt bijna altijd in de showroom gemaakt.' Dit neemt niet weg dat bij toekomstige overnames van DMG in e-commerce gespecialiseerde bedrijven hoog op de lijst staan. 'Hun kennis en ervaring kan ons helpen ook op het digitale vlak verdere stappen te zetten.'

Niet nerveus

Ben Mandemakers is één met zijn bedrijf, bemoeit zich met alles. 'Maar dat betekent niet dat mijn mensen geen

GEEN MINISTER

Op de vraag welke zaken hij zou veranderen als hij minister van Economische Zaken zou zijn, antwoordt Mandemakers dat hij voor zo'n rol niet in de wieg is gelegd. 'Ik heb er simpelweg geen geduld voor, ben te zeer gewend om zelf zaken te bepalen. Compromissen zijn aan mij niet besteed. Als ik ergens van overtuigd ben, blijf ik bij mijn standpunt.' Daarom heeft de rasondernemer ook zoveel waardering voor Zwitserland. 'Dat vind ik echt een fantastisch land. Ze houden vast aan hun opvattingen en trekken altijd hun eigen plan. Het maakt de Zwitsers niets uit wat anderen ervan vinden. In Nederland zijn we juist veel te veel bezig met het oordeel van de buitenwacht.'

ruimte krijgen. Managers van bedrijfsonderdelen hebben veel verantwoordelijkheid; om de paar weken kom ik langs om lopende zaken te bespreken en te sparren. En als dan blijkt dat zaken niet goed gaan of kansen worden gemist, help ik graag. Is echter na verloop van tijd geen verbetering zichtbaar dan wordt er ingegrepen. Dat is mijn taak; daar loop ik niet voor weg.'

Net zo min als Mandemakers nerveus wordt van economische tegenwind. 'Kort nadat ik voor mezelf begon, daalde de omzet in de branche met 25%. Een zware periode, maar we zijn er goed doorheen gekomen. Ook later heb ik mindere tijden meegemaakt. Dus ik lig er niet wakker van. Temeer omdat andere bedrijven in de branche te maken hebben met dezelfde omstandigheden. We moeten onze concurrenten overtreffen zodat klanten voor ons kiezen en blijven kiezen. Dat betekent continu veranderen en verbeteren, elke dag opnieuw.' Stilstand is achteruitgang. 'Dat geldt zowel voor mij als voor onze mensen. Bij gesprekken met medewerkers stel ik altijd een paar vragen die ze niet verwachten. Dat houdt iedereen scherp, dwingt mensen om alert te zijn en te blijven. Die houding is in het bedrijf verankerd en zorgt ervoor dat we tegen de stroom in kunnen groeien.' ■



Ook online wilt u de beste zijn

Ondernemen gaat over ambitie. U streeft er naar het beste product en/of de beste dienstverlening te kunnen bieden aan uw klanten.

In een sterk concurrerende wereld gaat het hierbij om details. Juist daarom is het essentieel om ook online de beste te willen zijn.

In deze ambitie vindt u ons aan uw zijde. Ons doel is altijd om het verwachtingspatroon van onze opdrachtgevers te overtreffen.

Proeftuinen brengen kansen en knelpunten in kaart

Elektrisch vliegwiel komt op gang



TEKST CEES LOUWERS

Als het aan de overheid ligt, rijden in 2020 maar liefst 200.000 elektrische voertuigen op de Nederlandse wegen. Hiermee moet de CO2-reductie fors worden teruggedrongen en de luchtkwaliteit sterk verbeterd. Met deze ambitie als drijfveer initieerde het toenmalige ministerie van Verkeer en Waterstaat in 2009

ven, variërend van elektrische taxi's en Greenwheelauto's tot vuilniswagens en de inzet van trucks voor stadsdistributie.

Altijd schoner

Bij een rapportage in maart 2012 meldde AgentschapNL dat veel proeftuinprojecten te maken hadden met vertraging en

milieuopzicht zijn de resultaten positief. Zowel volledig elektrische als plug-in hybride voertuigen blijken altijd schoner dan vergelijkbare conventionele auto's. Zelfs als met een hybride niet elektrisch wordt gereden. Verder zijn gebruikers veelal redelijk tevreden over de voertuigen.



De zwaarste elektrische vrachtauto van Europa met een netto laadvermogen van ruim 9 ton en een actieradius tot 200 kilometer.

het 'Proeftuinprogramma hybride en elektrisch rijden'. Een pakket subsidies van tien miljoen euro moet ertoe leiden dat snel meer ervaring wordt opgedaan met elektrisch rijden. Voor 47 projecten werd een aanvraag ingediend. AgentschapNL (inmiddels opgegaan in de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland) selecteerde hieruit negen initiatie-

technische problemen. Voertuigen waren nog niet beschikbaar, de infrastructuur was nog niet operationeel. De begin dit jaar gepubliceerde tussentijdse evaluatie laat een divers beeld zien. Elektrisch en hybride rijden blijkt in de praktijk schoon, gebruiksvriendelijk en veilig. Tijdens de proeftuinprojecten deed zich tot nu toe geen enkel incident voor. Ook in

Actieradius beperkt

Niet alle initiatieven verliepen voorspoedig. Zo konden bij een tweetal projecten met stedelijke distributie de eerste voertuigen pas in het najaar van 2013 worden ingezet. Het Greenwheelproject mislukte en werd gestopt; datzelfde gold voor de Greencabtaxi's. Een lonende exploitatie hiervan bleek niet mogelijk. Elektrische

Vooral door fiscale prikkels is het animo voor milieuvriendelijke personenauto's fors toegenomen. Eind 2013 stonden al 30.000 elektrische en plug-in hybride auto's geregistreerd. Ten opzichte van een jaar eerder betekent dit een verdubbeling van het aantal volledig elektrische voertuigen. Bij plug-in hybrides is zelfs sprake van een vervijfvoudiging. De vraag is of bij beroepsmatig goederen- en personenvervoer ook zo'n snelle opkomst van elektrische alternatieven mogelijk is. Een door de overheid geïnitieerd proeftuinprogramma moet inzicht geven in de kansen en knelpunten.

taxi's zijn wellicht wel succesvol inzetbaar voor contractvervoer, aldus de evaluatie. De acht elektrische vuilniswagens die afvalverwerker Van Gansewinkel inzette bleken daarentegen goed te voldoen, al lag de kostprijs per lediging door de beperkte actieradius 34% boven het huidige niveau.

60% is haalbaar

Voor het proeftuinproject 'Rotterdam Test Elektrisch Rijden' schaften gemeente, Stedin en Eneco in totaal 75 elektrische auto's en plug-in hybrides van verschillende merken aan. Uit de resultaten blijkt onder meer dat bij een buitentemperatuur van 15 graden het energieverbruik 40% lager ligt dan bij nul graden. Rijden op de snelweg vraagt zo'n 15 tot 20% meer energie, terwijl een zuinige in plaats van onzuinige rijstijl 20% tot 30% aan energieverbruik scheelt. Daarbij zijn de onderlinge ver-

Grote stappen,
sneller thuis

schillen tussen de merken groot. Op basis van inzetbaarheid en actieradius zou 60% van de lichte bestelvoertuigen van de gemeente Rotterdam elektrisch kunnen rij-



Foto Stedin / Frank Hanswijk

Netbeheerder Stedin was een van de deelnemers aan de proef 'Rotterdam Test Elektrisch Rijden'

den, luidt de conclusie. Meer algemeen zorgen de grenzen aan de inzet van volledig elektrische aandrijving logischerwijs nog voor beperkingen. Ervaringen uit de proeftuinen in verschillende sectoren (verhuizingen, goederendistributie, taxi- en afval-inzameling) maken duidelijk dat elektrisch vervoer vooralsnog het best kan worden ingezet voor specifieke toepassingen waarbij de benodigde actieradius niet te groot is en de ritten goed in te plannen zijn. Door het gebruik van hybride voertuigen kan de inzet verder worden uitgebreid.

Zwaarste truck van Europa

Onderdeel van de proeftuinen is een project met nul-emissie bij stedelijke distri-

butie. Verschillende transporteurs kunnen ervaring opdoen met negen volledig elektrische vrachtvoertuigen. De eerste van deze door Hytruck geproduceerde auto's zijn eind 2013 gaan rijden. Hieronder als opmerkelijke blikvanger de zwaarste elektrische vrachtauto van Europa. Het gaat om een samen met Heineken ontwikkelde 19-tons elektrische distributietruck. Het netto laadvermogen bedraagt ruim 9 ton, de actieradius reikt tot 200 kilometer dankzij een Li-Ion batterijpakket van 160 kWh. Tweede voorbeeld is een lichte 12-tons truck, gebaseerd op de DAF LF 45 en voorzien van een extra groot batterijpakket. Hierdoor is de laadtijd beperkt tot maximaal 5 uur en kan 220 tot 250 kilometer worden gereden.

NEW COOL VOOR ALBERT HEIJN

De Herman Wijffels Innovatieprijs is uitgegroeid tot dé bekroning van duurzame innovaties. Vorig jaar meldde organisator Rabobank een recordaantal van 743 inzendingen. Een van de dertien genomineerden was Twan Heetkamp Trailers. Aanleiding voor hun nominatie was The New Cool, een groene koeltrailer die door het benutten van zowel zonne- als remenergie de koelmotor op elektriciteit laat lopen. Deze innovatieve koeltrailer verbruikt daardoor geen diesel en stoot dus geen CO2 uit. Ook is minder lawaai bij het laden en lossen. Daarnaast heeft de trailer een stille motor en ontbreekt de tank.

Het afgelopen jaar heeft Twan Heetkamp Trailers onder meer gebruikt om de techniek van The New Cool verder te perfectioneren. Ook werden wegdektesten uitgevoerd op de DAF-testbaan. De Herman Wijffels Innovatieprijs ging helaas aan de neus van de Venlose trailerbouwer voorbij. Wel kondigde het bedrijf op Ecomobiel aan dat het prototype van The New Cool door logistiek dienstverlener Post Kogeko ingezet gaat worden om winkels van Albert Heijn te bevoorraden.

Door de reikwijdtes van deze elektrische trucks verwachten de initiatiefnemers dat vervoerders bij stedelijke distributie geen concessies hoeven te doen. Als het gaat om de milieueffecten is de impact per voertuig aanzienlijk groter dan bij personenauto's. Met de Heineken-truck wordt een jaarlijkse besparing van de uitstoot van stikstofoxide gerealiseerd die gelijk is aan 25 personenauto's. De fijnstofbesparing komt overeen met de uitstoot van tien personenauto's, terwijl jaarlijks 22 ton CO2 wordt bespaard.

Urgentie

Beide elektrische trucks uit het proeftuinprogramma waren in oktober vorig jaar prominent aanwezig op Ecomobiel. De vijfde editie van deze vakbeurs gaf inzicht in de toekomst van groen rijden, varen en vliegen. Ecomobiel stond in het teken van duurzame oplossingen die op dit moment al inzetbaar zijn. Het centrale thema 'Stop Thinking, Start Acting!' gaf de urgentie van het onderwerp aan. Naast de presentaties van standhouders vonden diverse workshops en debatten plaats. Ook waren er co-events zoals de nieuwe vakbeurs Ecologistiek, waarbij de nadruk lag op innovaties in transport en logistiek. Met een consumentenavond benadrukte de organisatie dat duurzame mobiliteit de markt en dus ook de consument heeft bereikt.

Strategische agenda

Ecomobiel 2013 trok meer dan 4.000 bezoekers, een groei van ruim negentien procent ten opzichte van 2012. Hoewel exposanten veelal met kleinere stands deelnamen dan in het voorgaande jaar

groeide hun aantal ook, van 151 naar 166. Uit de bezoekersevaluatie blijkt dat fleet- en mobiliteitsmanagement steeds prominenter op de strategische agenda staat, zowel binnen de private als de publieke sector. 'Er zijn twee keer zoveel bezo-

Fiscale stimulansen
missen hun
uitwerking niet

kers geweest die zich binnen hun organisaties direct met dit onderwerp bezighouden,' meldt directeur Fedde van der Woude van organisator 54Events. Ook het aantal bezoekers dat in alternatieve brandstoffen is geïnteresseerd nam toe, van 17 naar 23%. Van het totale bezoekersaantal was evenals de vorige editie ruim de helft eind- of medebeslisser met betrekking tot aankopen en investeringen. Twee derde was afkomstig uit het bedrijfsleven, de rest had een overheidsachtergrond. Daarbinnen nam het aantal geïnteresseerden vanuit gemeenten met 10% toe tot 56%.

Grote stappen

De toename van deelnemers en bezoekers aan een evenement als Ecomobiel geeft aan dat duurzame mobiliteit steeds meer leeft in Nederland. De groeiende populariteit van elektrische en hybride auto's maakt duidelijk dat fiscale stimulansen door de overheid hun uitwerking niet missen. Aangezien de stijging van het

aantal voertuigen waarschijnlijk een gunstig effect heeft op de betaalbaarheid van elektrisch rijden, is de kans groot dat hierdoor inderdaad het beoogde vliegwieleffect optreedt. Als het gaat om het terugdringen van uitstoot levert de inzet van elektrische en hybride transportvoertuigen per auto meer rendement op. Grote stappen, sneller thuis, maar de benodigde investeringen liggen op een fors hoger niveau. Daarom is het proeftuinprogramma een prima manier om in de praktijk uit te vinden waar kansen liggen. Niet alle projecten zijn succesvol, maar ook mislukkingen leveren relevante informatie op. Op basis van de uitkomsten kunnen bedrijven en overheden gefundeerde keuzes maken. Positief is dat ook het proeftuinprogramma fungeert als vliegwiel. Uit de evaluatie blijkt dat de inzet van tien miljoen euro door de overheid heeft geleid tot een veelvoud aan investeringen van private partijen. Denk hierbij aan voertuigen en laadpunten, maar ook aan onderzoek en communicatie. Verder ontstaat door de ontwikkeling naar substantieel meer elektrisch vervoer ook een nieuwe industrie. Dat biedt zeker kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven. ■

PEOPLE.IDEAS.NATURE.CREATIVITY



PINC Conference:
dé jaarlijkse creatieve inspiratiebron
16 international keynote speakers
13 onverwachte intermezzo's
450 unieke bezoekers

20 MEI 2014
WWW.PINC.NL

Fiscale wijzigingen zorgen voor lastige keuzes

Automobilist wederom de klos

TEKST TONY VOS

Vrijwel alle automobilisten betalen sinds 1 januari weer gewoon wegenbelasting. De laatste jaren zijn veel auto's verkocht die van deze verplichting waren ontheven vanwege een lage CO2-uitstoot. Maar aan die subsidie is nu een definitief einde gekomen; alle 14 procent diesels dragen weer volop bij aan het vullen van de staatkas. Dat was overigens al jaren geleden voorzien, zodat niemand erdoor ver-

bijvoorbeeld de zzp'er die de laatste jaren met een belastingvrije auto heeft gereden, merkt wel degelijk verschil. Nu valt dat bij een lichte auto als de Peugeot 107 erg mee, maar voor een Toyota Prius neemt het jaarlijkse budget met 660 euro toe. Voor de eerder zo populaire Volkswagen Polo diesel moet nu ruim 900 euro op jaarbasis worden afgerekend. En juist dit soort compacte diesels is zakelijk de laat-

worden afgeschreven en ondernemers genoten van extra aftrek. Dat leverde vooral voor de zzp'er fors voordeel op. Het enige nadeel: de volledige aanschafprijs moet bij aankoop als liquide middelen aanwezig zijn. De verrekening met de belastingdienst volgt pas daarna. Sinds de aanvang van het nieuwe jaar zijn echter de mogelijkheden van deze regelingen fors beperkt.



Veel plug-in hybrides vallen in een nieuwe categorie met 7 procent bijtelling.

rast kan zijn. Alleen auto's die aan een uitstoot van niet meer dan 50 g/km komen, behouden de vrijstelling nog twee jaar (2014 en 2015).

Regelingen beperkt

De zakelijke rijder voelt deze wijziging meestal niet direct in de portemonnee, omdat het bedrijf de kosten betaalt. Maar

ste vijf jaar veelvuldig ingezet. Auto's met een lage CO2-uitstoot konden tot en met 31 december 2013 profiteren van onder meer een Milieu Investerings Aftrek (MIA). Ook de Vamil- (Willekeurige afschrijving Milieu-Investerings) en KIA- (Kleinschalige InvesteringsAftrek) regeling waren van toepassing. Auto's konden binnen deze regelingen versneld

Vrijstelling

Bij plug-in hybrides geldt nog een MIA van 13,5 procent over de eerste 12.500 euro van de aanschafprijs. Alleen voor volledig elektrische voertuigen bestaan hogere subsidies. Overigens is dat louter en alleen van toepassing als de betreffende voertuigen nieuw worden aangeschaft. Bovendien: wie binnen vijf jaar deze bedrijfsmiddelen weer van de hand doet, zal dit met de Belastingdienst moeten verrekenen.

Een categorie automobilisten die ook duurder uit is in wegenbelasting zijn de oldtimerbezitters. Sommige ondernemers zijn daar fervent gebruiker van. Gold voor vrijstelling tot voor kort een leeftijd van 25 jaar, die grens werd al opgetrokken naar de in een groot deel van Europa reeds geldende 30 jaar. Nu heeft Nederland in de laatste dagen van december het plafond verhoogd naar 40 jaar. Voor auto's op diesel of LPG wordt tot het bereiken van deze leeftijd het volle bedrag aan wegenbelasting geheven. Auto's op benzine die op 1 januari 2014 een leeftijd tussen de 26 en 40 jaar hadden, komen in een overgangsregeling terecht. Voor deze voertuigen betaalt de eigenaar het bedrag dat staat voor drie maanden wegenbelas-

Vanwege het huishoudboekje met een negatief saldo heeft de overheid meer geld nodig. De automobilist blijkt in zo'n geval een gewillige prooi. Met ingang van 1 januari van dit jaar lijkt de status van auto als aangeschoten wild weer flink vergroot. De verhoogde belastingen op een rij.



De volledig elektrische Tesla: schot in de roos.

ting met een maximum van 120 euro per jaar. Met ingang van december 2014 mag met deze auto's echter niet worden gereden in de maanden december, januari en februari.

Felbegeerde 14%

Ook zijn de CO₂-grenzen voor een lagere bijtelling verder aangescherpt. Gebruikers van volledig elektrische auto's krijgen vier procent van de aanschafwaarde bijgeteld als deze voertuigen vanaf 1 januari nieuw worden aangeschaft. Dat was voorheen 0 procent. Auto's tot 50 g/km aan CO₂ komen in een nieuwe categorie met 7 procent bijtelling. Hierin vallen bijna alle plug-in hybrides, zoals de Mitsubishi Outlander, Volvo V60 en Opel Ampera. De grenswaarden voor de nog steeds felbegeerde 14 procent bijtelling zijn gedaald naar 88 g/km voor auto's met een benzinemotor en 85 g/km voor diesels. Waar het afgelopen jaar onder meer Ford met de Focus en Renault met de Mégane

uiterst goed verkochten, vallen beide modellen nu in de hogere schaal (20 procent). Wel zijn er weer nieuwkomers uit de middenklasse die voor 14 procent gaan. Denk hierbij aan de Seat Leon, Skoda Octavia, Peugeot 308 en Volkswagen Golf die allemaal ook als stationwagon in een dergelijke aantrekkelijke variant op het programma staan of binnenkort worden gelanceerd.

De voorwaarden voor 20 procent bijtelling zijn eveneens verder aangescherpt. Deze liggen op 117 g/km voor benzine en 111 g/km voor diesel. Het is niet ondenkbaar dat met name enkele benzineauto's die in deze categorie vallen behoorlijk populair zullen worden. Immers, de wegenbelasting voor benzineauto's is aantrekkelijk lager, terwijl de omslagpunten voor diesels door de toenemende dieselprijs alleen maar hoger komen te liggen. Benzineauto's zijn doorgaans goedkoper, dus kan een simpele rekensom al snel uitwijzen dat een benzineauto met 20 pro-

cent bijtelling en lagere wegenbelasting goedkoper uitkomt dan een 14 procent diesel met hogere wegenbelasting.

Kapitaalvlucht

Tot slot verhoogde de overheid per 1 januari de accijnzen op brandstoffen. Niet alleen op benzine en diesel, ook op LPG. Dat leidt met name in de grensstreek tot een kapitaalvlucht. Zo sterk zelfs dat diverse 'ouderwetse' dorpspompen met sluiting worden bedreigd.

Samenvattend is de rode draad duidelijk: de portemonnee van de automobilist moet in 2014 weer flink verder open. Een van de vervelende bijkomstigheden is dat door het sterk wisselende beleid van de Nederlandse overheid de zakelijke rijder moeilijk keuzes kan maken. Iets wat nu nieuw en aantrekkelijk is, kan binnen een jaar al weer herroepen zijn. Want het is niet de vraag of er wijzigingen op de huidige regels gaan komen, alleen wanneer dat gaat gebeuren. ■

L I T E R A T U U R

DE WET VAN SNUF

Door Jos Burgers

Het principe van wederkerigheid houdt in dat je terugkrijgt wat je geeft. Een krachtig beginsel dat vrijwel altijd en overal opgaat. En dat volgens Jos Burgers helpt om onze omgeving op een positieve manier te beïnvloeden, zodat we zowel zakelijk als privé succesvoller zijn. Toch beheersen maar weinig mensen de kunst van het geven echt. Met zijn boek *De Wet van Snuf*

wil Burgers daar verandering in brengen. Hij beschrijft op een prikkelende manier waarom goede relaties beginnen met geven. Aan de hand van praktijkvoorbeelden worden de belangrijkste manieren van geven belicht. Ook de voorwaarden en risico's die eraan verbonden zijn komen aan bod, net als wat geven uiteindelijk oplevert. Met jaarlijks meer dan 150 presentaties is Burgers een veelgevraagd spreker over strategie, marketing en klantgerichtheid. Ook schreef hij eerder boeken over deze onderwerpen.

144 pag. ISBN 978-90-8965-197-6.
Van Duuren Management. € 19,95.



DE BANK DE BAAS

Door Fons Huijgens en Bart Niesten

Het verkrijgen van financiering bezorgt veel ondernemers grijze haren. Veelgehoorde klacht is dat banken nog altijd zeer terughoudend zijn. Fons Huijgens en Bart Niesten stellen echter dat het niet zozeer moeilijker is geworden om krediet te krijgen, maar dat het vooral meer moeite kost. Wie goed beslagen ten ijs komt, bepaalt zelf hoe zijn krediet eruitziet, aldus de auteurs van *De bank de baas*. Hierin maken zij duidelijk op welke wijze banken werken, hoe hun producten in elkaar zitten en hoe een bankofferte gelezen moet worden. Ook geeft het boek inzicht in de informatie die nodig is om een kredietaanvraag afdoende te onderbouwen. De auteurs introduceren een methode om snel en effectief de vereiste financiering te realiseren. Is die eenmaal binnen dan is het verstandig om zelf het initiatief te nemen voor het jaarlijkse revisiegesprek.



192 pag. ISBN 978-90-8965-178-5.
Van Duuren Management. € 24,95.

DE RAMPONDERNEMER

Door Frank Krake

Het verhaal van Frank Krake leest als een jongensboek. Maar dan wel één waarbij het happy end heel lang op zich laat wachten. Bij de pogingen van de ondernemer om het tij te keren bij zijn kwakkelende tuinmeubelbedrijf stapelt het onheil zich op. De Enschedese vuurwerkcramp vernietigt de gehele voorraad, de Amerikaanse expansie sneeft door de aanslagen van 11 september en SARS

goot in het Verre Oosten roet in het eten. Ondanks het enorme doorzettingsvermogen en de creativiteit van Krake trekt de bank na een jarenlange strijd de stekker er uiteindelijk toch uit. Maar de rampondernemer geeft niet op... Een boek dat je pas neerlegt als het uit is. En dat inzicht geeft in de maalstroom waarin ondernemers na een faillissement terecht komen. Krake's ervaringen zijn relevant en waardevol; ze kunnen helpen en inspireren. Via een Layer-app is aanvullend beeld- en geluidmateriaal beschikbaar.

246 pag. ISBN 978-90-4303-162-2.
Pearson. € 19,95.



IN DE BANK VAN HECTIEK

Door Han Gaaikema

Over de perikelen van ABN Amro en Fortis is veel gezegd en geschreven. Han Gaaikema voegt daar een nieuwe dimensie aan toe, met een afwijkende invalshoek. Hij is middlemanager bij ABN Amro en beschrijft het traject van achtereenvolgens de overname door het consortium van RBS, Santander en Fortis, de afsplitsing van het Nederlandse deel en de integratie met Fortis-onderdelen. *In de bank van hectiek* is zeker geen verzameling smeuge anekdotes. Niet verwonderlijk, aangezien Gerrit Zalm het voorwoord verzorgt. Wel geeft het boek via een blik achter de schermen inzicht in de complexe processen die samenhangen met overnames en integraties. De nadruk ligt daarbij vooral op IT.

270 pag. ISBN 978-90-5594-281-7. Scriptum. € 19,95.



Vervoer in 2025

'Het heeft geen zin om overal pleisters op te plakken'

TEKST ANKA VAN VOORTHUIJSEN



Foto: Dezeen/Studio Roosegaarde

'Interactiever en duurzamer'

Daan Roosegaarde, ontwerper en ondernemer, werkt samen met bouwbedrijf Heijmans aan – onder meer – de 'smart highway' volgens het glow in the dark principe: overdag nemen markeringen uv-licht op, 's nachts stralen ze het licht uit.

'Met onze snelwegen en ons vervoer is het zó duidelijk dat het oude niet meer werkt, het heeft geen zin om overal pleisters op te plakken. We moeten investeren in het nieuwe. En dan bedoel ik niet het nieuwe op de oude manier: we krijgen geen vliegende auto's en de verlichting op de snelweg uitzetten werkt ook niet.

Dat is bovendien niet goedkoper. Waarom maken wij niet de eerste energieneutrale snelweg ter wereld? Dat kunnen we. We kunnen stroken in het wegdek maken waar elektrische auto's zichzelf opladen terwijl ze erover heen rijden. We kunnen verf ontwikkelen die van kleur verandert, bijvoorbeeld als het wegdek glad is. We moeten meer in netwerken gaan denken: de relatie tussen auto en wegdek. Tussen stad en snelweg. Meer in cirkels denken en ontwerpen: wat voor de één afval is, is voeding voor iets anders.

Het moet anders. De snelwegen en het landschap daaromheen, dat is onze grootste openbare ruimte. Daar kunnen we toch meer van maken dan wat het nu is? Nu is het *junkspace*. Het moet mooier, interactiever en duurzamer. Ons landschap is onze trots, dat moeten we iconisch willen maken, er mag wel wat meer poëzie bij. We moeten meer kijken naar de natuur, daar kunnen we van leren. Denk aan lichtgevende planten, vuurvliegjes, lichtgevende kwalletjes, daar kunnen we wat mee in onze steden.

De verschuiving is al zichtbaar: we gaan meer in gebruik denken dan in bezit. Kijk naar ontwikkelingen als Airbnb of Snappcar. Delen is het nieuwe hebben. Je hoeft niet per se een auto van tienduizenden euro's te bezitten om 'm wel te gebruiken. We kunnen straks duurzamer leven, kunnen meer met minder. We moeten voor een andere benadering kiezen. Maar je moet er wel voor openstaan natuurlijk. Technologie is een tool, geen doel. Wat in de weg staat? Gebrek aan lef, stroperigheid, bureaucratie. Dat zit 'm deels

bij de overheid, maar dat is ook prima, dat is de rol van de overheid, om zaken een beetje af te remmen. We trekken deze kar van onderaf, als entrepreneurs: Roosegaarde/Heijmans. We moeten nu van prototype naar productie. De technieken zijn er, het design is er, we kunnen gaan implementeren. Het wordt tijd om een paar proeftuinen open te gooien!'

Henk Meurs
bijzonder hoogleraar
mobiliteit en ruimtelijke
ordening aan de Radboud
Universiteit in Nijmegen.

'Wat we zien, is een verdichting van de stedelijke gebieden, van de Randstad. Het rijk heeft de afgelopen jaren extra capaciteit gerealiseerd tussen de steden. De files zijn afgenomen. Maar op de langere termijn wordt de stedelijke bereikbaarheid een groot probleem. Juist in de steden is het moeilijk om extra capaciteit te realiseren. Een flink gedeelte van het stedelijk verkeer is zoekverkeer: naar een parkeerplaats, om een afsluiting of opgebroken weg heen. We zullen zien dat de informatiedichtheid voor de weggebruiker sterk toeneemt. Navigatieapparatuur is nu niet optimaal, daar zal een flinke verbetering plaatsvinden: meer voorspellend en actueel. Informatiesystemen gaan lege plekken aangeven: niet alleen in parkeergarages, ook op straat. Op termijn zul je zelfs plekken kunnen reserveren. Daarnaast zal het fenomeen leaseauto flexibeler worden. We gaan steeds meer met een mobiliteitsbudget werken. Soms

Vervoer is cruciaal voor de Nederlandse economie. Zowel op het gebied van infrastructuur als qua techniek is sprake van grote dynamiek. Hoe verplaatsen mensen en goederen zich over pakweg tien jaar?



pak je het ov, soms de fiets, soms de auto. Zeker zakelijke reizigers woekeren met hun tijd. Die stappen niet meer op de automatische piloot in de auto om daarna lang naar een parkeerplek te zoeken. In de trein kun je tegenwoordig goed werken, dat is allang geen geitenwollensokkenvervoermiddel meer. Je ziet het succes van de ov-fiets. De technologie gaat heel hard, ik denk dat de milieuproblematiek daarom minder wordt. In de stad rijden straks meer elektrische auto's, op de snelweg sowieso meer hybride auto's. Het goederenvervoer neemt toe. Verladere en vervoerders denken steeds meer in ketens: trein, vrachtwagen, schip, vliegtuig. Ook hier zie je dat de ICT daarbij belangrijk is om dat soepel te organiseren. Ook daar meer flexibiliteit. Nieuwe elektronica speelt overal een rol. Natuurlijk gaan we naar gebiedsheffingen toe. Het rekeningrijden komt gegarandeerd terug op de agenda. Je gaat betalen



Foto Hans Kokx

'Informatiedichtheid weggebruiker neemt toe'

voor de hinder, niet voor het bezit. De gebruiker betaalt, dat is ook rechtvaardig.'

Arthur van Dijk voorzitter van Transport en Logistiek Nederland (TLN)

'We profileren ons als kennisland. Mensen zijn de belangrijkste factor, daar blijven we in investeren, medewerkers hebben steeds meer kennis. Over tien jaar is de vrachtwagen op de weg nog altijd een van de belangrijkste vervoersmiddelen in Nederland, maar technische ontwikkelingen gaan door. Schonere motoren, alternatieve brandstoffen, in de binnensteden vooral elektrisch vervoer. We krijgen zelfrijdende vrachtwagens die onbemand over aparte stroken op de hoofdwegen rijden naar knooppunten waar *last mile* fijnmazig gedistribueerd kan worden.

De eco-combi zal nog meer aan belang winnen. Nu rijden in Nederland al bijna 1.000 van die 25 meter lange vrachtwagens, maar verreweg de meeste wagens zijn 18.75 meter of kleiner. Het wegtransport is wat behoudend, terwijl treinen en vliegtuigen wel steeds meer capaciteit krijgen en dus efficiënter worden. Ik denk dat de eco-combi's straks verder Europa in kunnen. Nu wordt dat nog tegengewerkt en is het niet toegestaan.

De synchronodaliteit zal toenemen: nu is alle regelgeving nog per modaliteit (lucht, water, weg, rails) vormgegeven, dat zijn barrières die tijd kosten en faalkosten opleveren. Straks loopt dat naadloos in elkaar over.

De regiefunctie van Nederland in het transport zal nog meer toenemen, dat zie je nu al in grote delen van Europa en



'Horizontaal en verticaal samenwerken'

daarbuiten. Wij worden steeds meer de *control room*, de logistieke regisseurs die het meest duurzaam, innovatief en kosteneffectief kunnen werken. In Europa, maar ook wereldwijd.

Het motto was altijd: steeds groter, steeds individueler. Kruidvat en Etos in één vrachtwagen? Dat was ondenkbaar. Maar het gebeurt al wel. Het gaat om integrale samenwerking. Niet alleen verticaal, ook horizontaal, tussen verladere en transporteurs. Daarin spelen niet alleen grote, maar ook middelgrote en kleine bedrijven een belangrijke rol: heel klantvraaggericht. Samenwerken binnen de sector, maar ook met overheden, kennisinstututen en het bedrijfsleven.

ICT wordt natuurlijk nog belangrijker. Onze sector staat nu nog bekend om alle papiertjes: vrachtbrieven en stapels formulieren. Dat verdwijnt. De papierloze transportsector komt eraan.' ■



HOE CHECK JE DE KWALITEIT VAN EEN SCHOONMAAKBEDRIJF?

In Nederland zijn veel schoonmaak- en glazenwassersbedrijven te vinden die staan voor kwaliteit en betrouwbaarheid. Bedrijven die beschikken over brede vakkennis, goed omgaan met hun personeel en netjes belasting betalen. Maar hoe zijn die te vinden? Vanaf 1 januari 2013 zijn ze gemakkelijk te herkennen aan het keurmerk van

brancheorganisatie OSB. Een nieuw label, exclusief voor bedrijven die het goed doen! Zo heeft heel Nederland voortaan helder zicht op de kwaliteit en betrouwbaarheid van een schoonmaak- of glazenwassersbedrijf. Check dus vanaf nu altijd het OSB-Keurmerk. Wilt u meer weten over het keurmerk en de voorwaarden? Kijk op

www.osb.nl

Het pensioenakkoord 2013: niet leuker, wel moeilijker!

Eind januari 2014 was ik gastheer bij een vijftal workshops over het pensioenakkoord 2013. Dit pensioenakkoord voorziet per 1 januari 2015 in een verdere versobering van de fiscale spelregels voor pensioen. Deze versobering wordt vormgegeven door de maximale fiscale opbouw per jaar (voor ouderdoms- en nabestaandenpensioen) te verlagen en het pensioengevend inkomen af te toppen op € 100.000.

Uit de interactieve discussies tijdens deze workshops volgt dat de belangrijkste vraag van werkgevers is of zij verplicht worden om hun werknemers te compenseren voor deze versobering. En, als een dergelijke verplichting bestaat, hoe deze dan moest worden vormgegeven. Deze vraag kan niet met een simpel 'ja of nee' worden beantwoord. Omdat de voorgenomen wijzigingen van fiscale aard zijn, stellen veel werkgevers zich op het standpunt dat dergelijke wijzigingen niet gecompenseerd hoeven te worden. Een besluit om toch tot compensatie over te gaan, kan echter wel gebaseerd worden op het goede werkgeverschap dat van u wordt verwacht.

De discussie over compensatie geldt natuurlijk voor alle werknemers, maar zeker voor de werknemers met een inkomen van € 100.000+. Deze groep werknemers zal de meeste gevolgen van de maatregelen ondervinden. Werkgevers moeten bovendien



mr Kees Pieter Dekker
Van Benthem & Keulen
Advocaten & Notariaat
keespieterdekker@vbk.nl

beducht zijn voor deze 'tegenstanders'. Niet alleen hebben deze werknemers vaak andere pensioenafspraken, zodat zij zich op het standpunt kunnen stellen: 'Contract is contract'. Deze groep is bovendien mondig, hoog opgeleid en bereid om de discussie aan te gaan. Maar het aanbieden van compensatie aan deze groep werknemers kan bij de collega's met een inkomen van minder dan € 100.000 tot scheve ogen leiden. Waarom zij wel en wij niet? En in hoeverre is dat maatschap-

pelijk verantwoord? En mag je bij compensatie rekening houden met de leeftijd van werknemers, een lang dienstverband en al opgebouwde pensioenaanspraken?

Een ding staat wat mij betreft vast. In de toekomst zullen de voorgenomen wijzigingen leiden tot een veranderende focus op de arbeidsvoorwaarde 'pensioen' en de rol van de werkgever bij het verzekeren van risico's als overlijden en arbeidsongeschiktheid. Tot die tijd moet u er voor zorgen dat uw pensioenregeling op 1 januari 2015 weer aan de fiscale regels is aangepast. Dat begint door als werkgever goed beslagen ten ijs te komen en dat begint met een tijdige en goede voorbereiding. Door op korte termijn uw pensioenregeling juridisch en rekentechnisch te analyseren, kunt u achterhalen waar de knelpunten zitten en wat de financiële gevolgen zijn van deze maatregelen. Niet alleen voor u als werkgever maar ook voor uw werknemers. Want een ding is zeker: pensioen wordt niet leuker maar wel moeilijker. ■

Iedereen kan maatschappelijk verantwoord ondernemen

Eerste projecten voor 'Utrecht onder stroom'

TEKST ARNOUD CORNELISSEN

Onder de vlag van 'Utrecht onder stroom' gaan binnenkort de eerste projecten van start. Dit initiatief van De Slinger Utrecht, Vrijwilligerscentrale Utrecht, Utrecht Development Board en de Vrede van Utrecht wil dat Utrecht in 2018 bekend staat als stad die bruist van de projecten op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

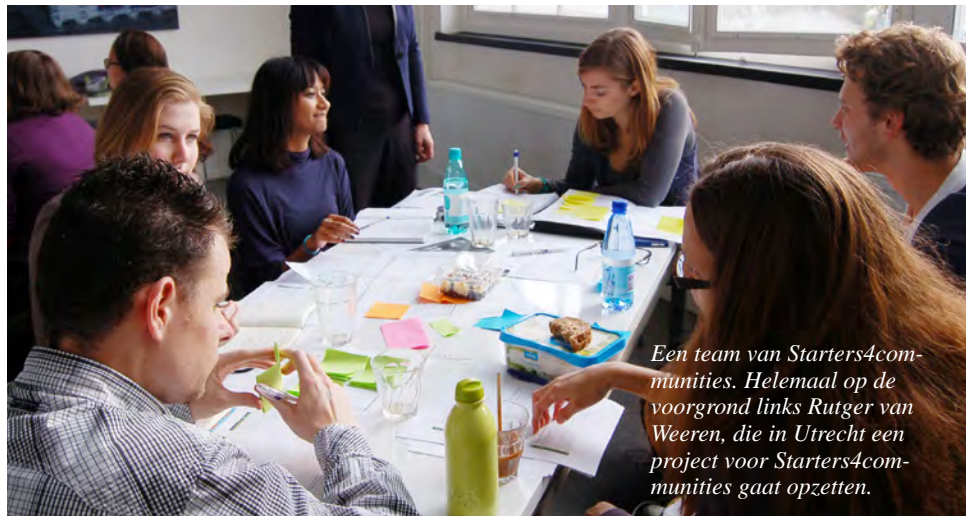
Een van de eerste projecten is een samenwerking met de organisatie 'Starters4communities'. In een Utrechtse wijk gaan zij met bewoners en starters op de arbeidsmarkt een maatschappelijk initiatief opzetten.

Filosofie

'Het initiatief "Utrecht onder stroom" is van ons allemaal,' legt Slinger-voorzitter Joël Scherrenberg uit. 'Het is een filosofie van waaruit je dingen oppakt. Omdat je vindt dat je een steentje aan jouw samenleving wilt bijdragen. Of je nu ondernemer bent, lid van een organisatie of inwoner van Utrecht. Wij willen iedereen prikkelen om vanuit zijn eigen situatie en mogelijkheden actief te worden. Want iedereen kan maatschappelijk verantwoord ondernemen; in feite is een huis houden immers ook een soort onderneming.'

Verbindingen

Geheel in de gedachte van De Slinger Utrecht gaat het vooral om samenwerken en verbindingen leggen. 'We hebben bijvoorbeeld nu net eerste afspraken gemaakt



Een team van Starters4communities. Helemaal op de voorgrond links Rutger van Weeren, die in Utrecht een project voor Starters4communities gaat opzetten.

met Starters4communities en Team 2015. Zij ontwikkelen zelf projecten. De Slinger Utrecht helpt deze initiatieven door partners in ons netwerk te vragen om expertise ter beschikking te stellen. Bijvoorbeeld door mensen die zo'n initiatief willen beginnen, een cursus projectmanagement te geven. Of hen te informeren over fiscale regelingen rond non-profitorganisaties. Alle bij zo'n project betrokken clubs geven door middel van het logo aan dat dit gebeurt onder de vlag van "Utrecht onder stroom". Omdat wij met z'n allen willen dat Utrecht in 2018 een echte MVO-stad is.'

Stroomversnellers

De vlotte start van 'Utrecht onder stroom' is mede mogelijk gemaakt door een forse bijdrage van de gemeente Utrecht, de nieuwe partner SHV en de bijdragen van ondernemingen en organisaties die De Slinger Utrecht al jaren steunen. 'We noemen deze partners daarom ook "stroomversnellers". Ze zijn begonnen als *founding father* en *sympathy father* en hebben zo de degelijke basis voor De Slinger Utrecht gelegd. Nu moeten we

doorpakken en de vaart erin houden. Dat doen we met "Utrecht onder stroom". Voor het feitelijke werk van De Slinger Utrecht leidt dat niet tot veranderingen. 'Nog steeds leggen wij voor het bedrijfsleven contacten met maatschappelijke initiatieven en helpen ondernemingen bij het opzetten en uitvoeren van hun MBO-beleid. Daarnaast vormt De Slinger Utrecht de motor van "Utrecht onder stroom". Wij zijn de back-office en regelen praktische zaken zoals organisatie, communicatie en coördinatie. Omdat wij steun krijgen van onze partner Vrijwilligerscentrale Utrecht, kunnen we dat met minimale personele inzet verwezenlijken. Op dit moment is er één betaalde kracht. Veel meer mensen moeten er ook niet aan werken. De kracht ligt nog altijd in het slim leggen van relaties en gebruik maken van de kennis en kunde van de aangesloten partners.' ■

Kijk ook op:

www.utrechtonderstroom.nl

www.starters4communities.nl/s4c-utrecht

www.team2015utrecht.nl

Regio Business Dagen Midden-Nederland

Hét regionale netwerkevent



Netwerken gaat allang niet meer alleen om het leggen van contacten, maar ook om het opbouwen van duurzame relaties. In dit kader faciliteert Jaarbeurs Utrecht op 21 en 22 mei de Regio Business Dagen, hét netwerkevent van de regio. Tijdens de zevende editie zullen zowel landelijke als regionale bedrijven zich presenteren, hun naamsbekendheid vergroten of directe verkoop realiseren.

De inschrijvingen voor de Regio Business Dagen komen al gestaag binnen. Enkele vroege vogels: BakkerBaarn (marketing-communicatie), BK Brandkasten, Citocom (communicatieoplossingen), De Raadgevers (juridisch en P&O-advies), Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten en Koop Kantoor-meubelen.

Themapleinen

Vertrouwde elementen zijn het inhoudelijke lezingenprogramma en de Directeuren Lunch. Die vindt op 22 mei plaats in samenwerking met Directeuren Netwerk Nederland en is kosteloos toegankelijk voor ondernemers met meer dan 5 werknemers. Ook kennen de Regio Business Dagen verschillende themapleinen. Zo zal een Netwerkplein worden opgezet, verzorgd door Netwerkgids Nederland. Bezoekers kunnen hier in een

offline omgeving hun netwerkvaardigheden innoveren en professionaliseren. Op verzoek van veel exposanten en bezoekers wordt de nadruk gelegd op internationaal ondernemen, in samenwerking met Nation Branding & Investment International. Op het International Development Square zijn landen- en vakspecialisten aanspreekbaar voor internationaal actieve mkb-ers of zij die overwegen dat te worden. Na het succes van vorig jaar wordt opnieuw een FC Utrecht-Plein gecreëerd, waar leden van de businessclub zich gezamenlijk presenteren. Dit zorgt niet alleen voor synergie tussen de exposanten maar heeft ook een grote aantrekkingskracht op de bezoekers.

Innovatieve exposure

Nieuw tijdens de Regio Business Dagen is het TV Concept. Een innovatieve

manier van beursexposure die bedrijven en ondernemers de mogelijkheid biedt tijdens de beursdagen extra onder de aandacht te komen in een talkshowachtige setting. Samen met andere deelnemers wordt gesproken over ondernemerschap, netwerken en andere actuele onderwerpen. Deze 'zendtijd' levert het bedrijf in kwestie natuurlijk de nodige spotlights op. Ook zorgen de gesprekken aan tafel en de interactie met toehoorders zeker voor de nodige 'kruisbestuiving'. Het programma is terug te zien op verschillende social mediakanalen en op de site van de Regio Business Dagen. ■

Meer informatie?

Alle reden om 21 en 22 mei alvast in de agenda te omcirkelen. De eerste dag is de beurs toegankelijk van 14.00 tot 20.00 uur, op 22 mei openen de deuren van 11.00 tot 17.00 uur. Voor meer informatie over deelname neemt u contact op met Jill Oomen van Organisatie Groep Zuid via jill@ogz.nl of 040-2808400. Bekijk ook www.rbdutrecht.nl waar u zich kosteloos kunt aanmelden als bezoeker.

Entre Femmes wil vrouwen uitdagen en verder brengen

'Netwerk met honderd adviseurs'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE HANS KOKX

Entre Femmes bestaat 16 jaar. 'Aan de basis stond een aantal vrouwelijke starters dat behoefte had aan verbinding met gelijkgestemden in deze regio,' zegt Elma Bassa, voorzitter van Entre Femmes. Zij sloot zich in 2003 aan bij het netwerk. Dat jaar richtte Bassa Inscene Company op, een bedrijf dat ondersteunt bij de ontwikkeling en implementatie van innovatieve producten of diensten. 'In de loop der jaren

heeft Entre Femmes zich mee-ontwikkeld met de leden. De inhoud van bijeenkomsten is nu wezenlijk anders dan in de beginperiode.'

De leden komen jaarlijks zo'n tien keer samen voor lezingen, workshops of een borrel. De locaties wisselen, net als dagen en tijdstippen. 'Zo is het aantrekkelijk voor leden om veel events bij te wonen. Na elke bijeenkomst brengen we hun ervaringen in

kaart, zodat we heel gericht kunnen sturen op de gewenste inhoud.'

Goede kant op

Rabobank Utrecht is een van de sponsoren van het vrouwennetwerk. Ook is de bank jaarlijks gastheer van een gezamenlijke bijeenkomst voor de leden van Entre Femmes en andere netwerken. 'Daarvoor nodigen we ook een aantal klanten uit,' vertelt adviseur bedrijven Petra Baas. 'Dit zorgt voor een waardevolle kruisbestuiving.' Tot haar genoegen constateert zij een stevige groei van het vrouwelijk ondernemerschap. 'Toen ik tien jaar geleden lid werd van Entre Femmes, was 25% van de starters vrouw. Nu is dat al een derde. Dat gaat dus de goede kant op.'

Eyeopeners

Anders dan fulltime ondernemerschap zijn er geen criteria voor het lidmaatschap. Bassa: 'Wel bewaken we de diversiteit binnen het netwerk. Vertegenwoordigers van één branche mogen maximaal 10% van de ledenbestand uitmaken. Je treft bij ons onder meer architecten, coaches, advocaten en ondernemers die actief zijn in de creatieve industrie, logistiek en zorg.' De leeftijd van de leden loopt uiteen van 25 tot 65. 'Ook is er mooie mix van vrouwen met en zonder personeel, van kleine en grote bedrijven, ervaren ondernemers en starters,' gaat de voorzitter verder. 'Deze diversiteit levert een netwerk op waar uiteenlopende kennis en ervaringen worden gedeeld. Zo zorgen starters voor actuele, verfrissende inzichten over het ondernemerschap. Dat levert regelmatig eyeopeners op, ook voor leden die al jarenlang een eigen bedrijf hebben.'



Elma Bassa en Petra Baas

Entre Femmes Utrecht is een krachtig netwerk met onderscheidende kenmerken. Zoals het strikt vrouwelijke karakter, dat zich uit in een sterke saamhorigheid en uitnodigt tot gelijkwaardig sparren en spiegelen. Belangrijke doelstelling van Entre Femmes is om vrouwelijke ondernemers samen sterker te maken. 'We willen helpen bij een verdiepingsslag.'

WARM ONTHAAL

Gemiddeld wonen zo'n 45 tot 50 leden de bijeenkomsten van Entre Femmes bij. 'Gezien het ledental een prima opkomst,' vindt Bassa. Nieuwkomers worden warm onthaald. 'Er is een introductietafel waar zij kennis maken met bestuursleden en andere nieuwe leden; ook wordt duidelijk wat het netwerk te bieden heeft. Verder zoeken we actief naar mogelijke verbindingen met collega-ondernemers uit het netwerk.' Voor meer informatie over Entre Femmes en de Top Classes: www.entrefemmes.nl.

Verdiepingsslag

Entre Femmes heeft ruim 100 leden. 'Dat aantal beweegt mee met de conjunctuur,' weet de voorzitter. 'In het verleden waren tot wel 200 vrouwen aangesloten, met zelfs een ledenstop. De afgelopen jaren kozen sommige ondernemers weer voor loondienst of staakten hun activiteiten. Ook gebeurt het dat vrouwen die al lange tijd lid zijn toe zijn aan een volgende stap in hun ondernemerschap en hun aandacht verleggen naar een ander type netwerk. Stuk voor stuk legitieme redenen om het lidmaatschap te beëindigen. Maar al is 100 een mooi aantal, er is zeker ambitie om weer te groeien.'

Daarbij heeft het bestuur een specifieke doelgroep voor ogen. 'We richten ons met name op vrouwelijke ondernemers die toe zijn aan een verdiepingsslag. Daartoe kunnen zij binnen Entre Femmes sparren met gelijkgestemden, bijvoorbeeld over aspecten van de bedrijfsvoering zoals personeel en financiering. In toenemende mate komen ook strategische vraagstukken aan bod. Hoe bind ik mijn klanten, hoe houd ik mijn onderneming veerkrachtig in deze snel veranderende tijd?'

Top Classes

Die laatste vraag is de rode draad bij de Entre Femmes Top Classes die bin-

nenkort starten, een extra activiteit van het vrouwennetwerk. 'Het gaat om een reeks sessies met Henry Robben, professor marketing en sales-strategie aan Nyenrode Business Universiteit. In zijn Top Classes leer je je strategische ambitie scherp te krijgen. Vervolgens ontwikkel je een plan van aanpak om die doelen ook werkelijk te realiseren. Met deze seminars willen we vrouwelijke ondernemers krachtiger maken, ze prikkelen en uitdagen om verdere stappen te zetten.'

Saamhorigheid

In het streven naar inhoudelijke verdieping onderscheidt Entre Femmes zich van veel andere netwerken. 'Om Utrecht samen sterker te maken, zijn we dichtbij en betrokken bij veel ondernemersnetwerken,' zegt Petra Baas. 'Wezenlijk kenmerk van Entre Femmes is uiteraard het strikt vrouwelijke karakter. Vrouwen hebben gemiddeld

langere gesprekken, gaan eerder de diepte in. Ook denk ik dat er meer saamhorigheid is. Bij Entre Femmes kennen we elkaar. En dat uit zich in de bereidheid om samen te werken of een opdracht te gunnen. Belangrijk daarbij is dat de leden oprecht geïnteresseerd zijn in elkaar. Zo ontstaat een band en kun je een medelid op goede gronden aanbevelen als de gelegenheid zich voordoet.'

Sparren en spiegelen

Ook Elma Bassa ziet verschil in de wijze waarop mannen en vrouwen netwerken. 'Als een vrouwelijke ondernemer in een gesprek vertelt over iets wat niet goed gaat in haar bedrijf, schieten mannelijke toehoorders vaak direct in de "oplossingsmodus". Goed bedoeld, maar niet altijd wenselijk. Bij vrouwen onder elkaar is eerder sprake van gelijkwaardig sparren en spiegelen. Veel van onze leden vinden juist dat aspect erg waardevol. Ook ik ervaar deze meerwaarde regelmatig. Daarom voelt het alsof ik met Entre Femmes beschik over honderd adviseurs. Zij helpen me om mijzelf en mijn bedrijf verder te ontwikkelen.' ■

RABOBANK MAAKT ONDERNEMERS SAMEN STERKER

Om als lokale coöperatieve bank de kracht van lokale netwerken verder te stimuleren, maakt Rabobank deze rubriek in Utrecht Business mede mogelijk. De Rabobank is dichtbij en betrokken bij meer dan zestig netwerken in Utrecht. Kijk op www.rabobank.nl/utrecht hoe deze netwerken ondernemers verbinden en samen sterker maken.

18X

Porsche Scene Live voor maar
€60,-



Ontvang 12 x Porsche Scene Live + 6 reeds verschenen edities voor €60,-

Porsche Scene Live is het onafhankelijke lijfblad voor de Porsche liefhebber. Wil je een jaar lang elke maand Porsche Scene Live ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar www.porsche-scene.nl, vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 18XPSL in.

www.porsche-scene.nl

12X

Great British Cars voor maar
€45,-



Ontvang 6 x Great British Cars + 6 reeds verschenen edities voor €45,-

Great British Cars is een onafhankelijk magazine voor de liefhebber van Engelse auto's. Wil je een jaar lang elke twee maanden Great British Cars ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar www.greatbritishcars.nl, vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 12XGBC in.

www.greatbritishcars.nl

12X

Volvodrive Magazine voor maar
€45,-



Ontvang 6 x Volvodrive Magazine + 6 reeds verschenen edities voor €45,-

Volvodrive Magazine is het lijfblad voor de Volvo liefhebber. Wil je een jaar lang elke twee maanden Volvodrive Magazine ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar www.volvodrivemagazine.nl, vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 12XVD in.

www.volvodrivemagazine.nl

Hogere gemeentelijke heffingen verzwaren lasten mkb

Ondernemers krijgen dit jaar wederom te maken met een lastenverzwaring als gevolg van gemeentelijke heffingen. Zo stijgt de opbrengst van de precarioheffing met bijna 15 procent. MKB-Nederland Midden vindt dit een zorgelijke ontwikkeling. Het herstel van de economie is nog zeer pril. De detailhandel en horeca, sectoren die het vaakst een precarioaanslag krijgen, zitten nog altijd in zwaar weer. Lokale lastenverzwaringen, bovenop landelijke, kunnen voor sommige bedrijven de spreekwoordelijke druppel betekenen.

Ondernemers moeten precariorechten betalen als zij gebruik maken van openbare grond, bijvoorbeeld door een bloempot of bankje voor de deur, of een reclamebord op de stoep te zetten. Een stijging van 15 procent is niet te verklaren door inflatie of gestegen onkosten voor onderhoud van de openbare ruimte voor gemeenten.

Norm overschreden

Gemeenten leggen nog meer op het bord van ondernemers. De toeristen-

belasting gaat dit jaar ook omhoog. Hiermee verdienen lokale overheden 4,5 procent meer dan vorig jaar. Ze overschrijden bovendien ook in 2014 weer de afspraken die zij met het Rijk hebben gemaakt over de stijging van de onroerende zaakbelasting (OZB). De OZB is qua opbrengsten de belangrijkste gemeentelijke heffing. Deze stijgt met 3,4 procent meer dan is afgesproken. Voor 2014 kwamen Rijk en gemeenten overeen dat een zogenoemde macronorm van 2,45

TWITTERPOLL GEMEENTERAADSVERKIEZINGEN

Op 19 maart vinden gemeenteraadsverkiezingen plaats. Ondernemers kunnen echter nu vast hun stem uitbrengen en mee debatteren in dit virtuele politieke café. Via Twitter lanceert MKB-Nederland Midden elke twee dagen een prikkelende stelling over ondernemersthema's die direct aan het beleid van gemeenten raken. Denk aan OZB-tarieven, ondernemersfondsen, aanbestedingen en vergunningen. De Twitterpoll duurt 7 weken en om de dag wordt een nieuwe stelling gelanceerd met #poll @mkbnl. Rond 10 maart, aan het einde van de Twitterpoll, zal MKB-Nederland de uitslag publiceren.

De poll kan ook rechtstreeks worden ingevuld via www.mkb.nl/#poll.

procent zou worden gehanteerd. Ook in 2013 werd deze norm overschreden. MKB-Nederland heeft vorig jaar alle gemeenten opgeroepen de OZB met niet meer dan de inflatie te laten stijgen. Slechts een kwart heeft dit toegezegd.

Geen winst

De dalende opbrengst van de bouwleges drukt het gemiddelde van de lokale heffingen. Dit is echter logisch. In tijden van crisis wordt weinig gebouwd, dus worden ook minder vergunningen aangevraagd. Op leges mogen gemeenten wettelijk geen winst maken. Concluderend kun je stellen dat zonder de bouwleges de lokale lasten voor ondernemers dit jaar te veel worden verzwared. ■



BUSINESS FLITSEN

SCIENCEINC MAAKT UTRECHTSE WETENSCHAPPERS ONDERNEMEND



Incubator UtrechtInc lanceert ScienceInc. Dit programma duurt zes maanden en is bedoeld voor onderzoekers van Universitair Medisch Centrum Utrecht en Universiteit Utrecht. ScienceInc moet deze wetenschappers

helpen bij het bepalen van de marktpotentie van hun vinding. Het programma is gebaseerd op de Lean Startup-methode die het denken vanuit de klant of gebruiker centraal stelt. 'Focus, lanceer snel, test, pas je product aan en probeer opnieuw. Zo heb je de grootste kans om je wetenschap echt impact te geven,' aldus ScienceInc-mentor Ton Logtenberg, oprichter van Crucell en Merus. Zes initiatieven nemen deel aan ScienceInc. Het programma biedt maandelijkse voortgangssessies met training op het gebied van ondernemerschap. Zo leren de wetenschappers pitchen en is aandacht voor het aantrekken van investeerders. Daarnaast krijgen zij een eigen werkplek en toegang tot een netwerk van mentors, investeerders en ondernemers. Aan het eind van het programma presenteren de zes initiatieven hun ontwikkeling aan publiek en investeerders. Dan weten de wetenschappers ook wat nodig is voor een eventueel vervolg. Wordt inderdaad gekozen voor een spinoff en/of bedrijf dan kan de startup binnen UtrechtInc verder worden uitgebouwd. 'De reacties op ScienceInc zijn enthousiast,' zegt UtrechtInc-directeur Roel Raatgever. 'We verwachten na de eerste lichterding in november met een nieuwe groep wetenschappers te starten.'



Victor van den Berg, Roel van Heumen en Frits Lintmeijer

EERSTE COMBI-KAART VOOR BAM

Met de overhandiging van de Combi-kaart door verkeerswethouder Frits Lintmeijer en Victor van den Berg (Mobility Card Services) aan Roel van Heumen (BAM Utiliteitsbouw) is de Combi-kaart officieel als vervoersbewijs in gebruik genomen. Met deze kaart kunnen medewerkers van BAM die regelmatig naar Utrecht komen hun auto buiten de stad parkeren en met het openbaar vervoer naar het centrum reizen. De chipkaart geeft toegang tot de P+R locaties De Uithof en Westraven en geldt hiervandaan als ov-vervoersbewijs. BAM heeft als eerste gebruiker de primeur. Zo'n 150 medewerkers en onderaannemers van BAM die werkzaam zijn op het project Nieuw Hoog Catharijne maken nu gebruik van de kaart. De Combi-kaart is door Mobility Card Services (MCS) ontwikkeld in samenwerking met BAM en de gemeente Utrecht. De kaart biedt een

praktische oplossing voor zowel werknemers als werkgevers. Werknemers hoeven geen losse kaartjes meer te declareren en dragen met het gebruik van de kaart bij aan het terugdringen van files en parkeerproblemen. Voor de werkgever regelt MCS het complete proces van de uitgifte van kaarten tot het registreren van transacties, een servicedesk en de afrekening. Victor van den Berg van MCS: 'We zijn ervan overtuigd dat de Combi-kaart een belangrijke en duurzame bijdrage kan leveren aan de doelstellingen van wethouder Lintmeijer: Utrecht aantrekkelijk én bereikbaar houden. Tegelijkertijd helpen wij de werkgever tijd en kosten te besparen. We verwachten dat de Combi-kaart voor veel meer organisaties een interessante oplossing biedt.'

Tour de France 2015 creëert business voor Utrecht

Na een zware beklimming is de top nu eindelijk bereikt: de Tour de France 2015 gaat in Utrecht van start. Beelden van de historische binnenstad, de Dom, het Utrecht Science Park en Leidsche Rijn zullen de hele wereld over gaan. Een enorme wielerkaravaan strijkt neer in de stad, honderden journalisten staan paraat en miljoenen bezoekers zullen de renners toejuichen.



Met bijna drie miljard tv-kijkers wordt de Tour de France een feest voor de hele stad, regio en natuurlijk de hele wereld. Niet alleen tijdens de Tourstart, maar met name ook in de aanloop daarnaartoe. Het Business Peloton Utrecht speelt daarin een belangrijke rol.

Over het Business Peloton Utrecht

Het Business Peloton Utrecht (BPU) is een uniek zakelijk netwerk voor Utrechtse bedrijven en instellingen met een passie voor de wielersport. Momenteel zijn zo'n 65 organisaties aangesloten en dit aantal groeit gestaag. Het BPU is opgericht met de ambitie om de start van de Tour de

France naar Utrecht te halen. Nu deze ambitie is gerealiseerd, focust het BPU zich in samenwerking met de gemeente Utrecht op het activiteitenprogramma in aanloop naar de Tourstart. Het BPU zet zich in om de goede initiatieven vanuit het bedrijfsleven te delen en te verbinden, elkaar te stimuleren en de krachten te bundelen. Op deze wijze kan het bedrijfsleven zichzelf optimaal profileren en 'legacy' creëren, waar we als bedrijfsleven en ook als stad nog jaren plezier van zullen hebben.

Sluit u zich ook aan?

Deelname aan het BPU kost slechts € 500,- (excl. BTW) per jaar en biedt vele voordelen. Via het BPU verneemt u uit

eerste hand alle informatie over de Tour de France en zakelijke mogelijkheden die zich daarbij aandienen. Verder stelt het BPU u in de gelegenheid om kansen te creëren in aanloop naar de Tourstart. Daarnaast organiseren we een scala aan activiteiten, zoals de inspirerende wielercafés, een reis naar de Grand Départ 2014 in Yorkshire en deelname aan diverse wielertoertochten. ■

Wilt u zich aanmelden of meer informatie? Ga dan naar www.businesspelotonutrecht.nl.

Sporten verhoogt arbeidsproductiviteit

‘Maak van bewegen prioriteit nummer één’

TEKST JESSICA SCHEFFER FOTOGRAFIE KARIM DE GROOT

Aan het woord is Robert Lagendijk, eigenaar van Lagendijk Training, dat onder andere gespecialiseerd is in personal training en bedrijfsfitness. Zijn trainingscentrum is gevestigd op Papendal in Arnhem, het sportmekka van Nederland.

Confrontatie

Lagendijk duidt op de confrontatie van het bedrijfsleven met een vergrijzende en steeds krappere arbeidsmarkt en werkgevers die steeds meer verwachten van hun personeel. Volgens hem is de vraag hoe personeel duurzaam inzetbaar te houden makkelijk te beantwoorden. ‘Een goede fysieke en mentale fitheid, oftewel vitaliteit, is een absolute voorwaarde. Ondernemers zouden hun personeel veel meer proactief moeten ondersteunen in het verkrijgen en behouden van optimale fitheid. Dat verhoogt de arbeidsproductiviteit en levert uiteindelijk geld op in plaats van dat het geld kost. Ik zie dan ook een duidelijke rol weggelegd voor werkgevers om hun werknemers te stimuleren te gaan bewegen. Te meer omdat werknemers een belangrijk deel van hun tijd op het werk doorbrengen.

SECTOREN MET MEESTE RISICO OP BEWEGINGSARMOEDE

- Voedings- en genotsmiddelenindustrie
- Vervoer en transport
- Papierwarenindustrie, drukkerijen, uitgeverijen

(*Bron: TNO/NISB)

Uiteraard kunnen werknemers zelf ook niet stil blijven zitten, want zij hebben er steeds meer belang bij dat ze beter en effectiever gaan presteren. De concurrentie wordt ook voor hen groter. Dat betekent dat ze zich op de een of andere manier toch moeten onderscheiden.’

Bewegingsarmoede

Volwassenen bewegen voldoende wanneer zij voldoen aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen. ‘Deze norm gaat uit van minimaal vijf dagen in de week, 30 minuten matig intensief bewegen’, aldus Lagendijk. In westerse landen is fysiek zwaar werk in de afgelopen decennia echter steeds verder teruggedrongen en is het aantal beroepen waarin sprake is van bewegingsarmoede tijdens het werk gestegen. ‘Werknemers bewegen relatief vaak onvoldoende doordat zij op het werk noodgedwongen veel tijd zittend moeten doorbrengen en niet in staat zijn dit gebrek aan lichaamsbeweging in hun vrije tijd te compenseren.’

Energieker vergaderen

Hier ligt volgens Lagendijk dus een belangrijke taak van de werkgever. Maar wat komt daar in de praktijk van terecht? Onderzoek van de Nationale Vacaturebank dat eind 2013 plaatsvond onder ruim duizend werknemers toont dat veel werkgevers zich helemaal niet bezighouden met de gezondheid van hun personeel. Hoewel bijna negentig procent van de werknemers graag zou zien dat een verantwoorde levensstijl op de werkvloer gestimuleerd wordt, blijkt dit in de praktijk absoluut niet te gebeuren. Iets meer dan één op de tien Nederlanders

krijgt van de werkgever korting op de sportschool. Een heel klein deel van de bazen (vier procent) geeft medewerkers de ruimte om tijdens werktijd, bijvoorbeeld in de lunchpauze, te sporten. ‘Een schokkende uitkomst,’ stelt Lagendijk. ‘Juist omdat in deze 24-uurs economie bewegen prioriteit nummer één bij veel bedrijven zou moeten zijn. Je moet als werknemer topprestaties leveren. Belastbaarheid is dus allesbepalend. Door te gaan bewegen, voel je je fitter, energiever en kun je stressmomenten beter incasseren. Bovendien wordt je weerstand verhoogd en verhoog je uiteindelijk ook je belastbaarheid.’ Ook het trainen voor een belangrijke zakelijke bijeenkomst kan allerlei positieve effecten met zich meebrengen. ‘Zeker bij lastige of creatieve meetings geeft dit absoluut een meerwaarde. Je gaat energiever een vergadering in.’

Het Nieuwe Werken

Toch zijn er in Nederland nog veel bedrijven waar een calvinistisch arbeidsethos heerst en waar collega’s vreemd opkijken wanneer je onder werktijd ineens besluit een rondje te gaan hardlopen. ‘Niemand vindt het raar wanneer je langer doorwerkt voor de baas. Waarom zou je dan ook niet de vrijheid kunnen nemen om onder werktijd te gaan sporten?’, reageert Lagendijk. ‘Met de komst van Het Nieuwe Werken waarbij je zelf in grote mate bepaalt waar en wanneer je werkt, zou dit toch makkelijk te realiseren moeten zijn?’ ■

Onderzoek van TNO en PwC in opdracht van het Diabetes Fonds en het Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen (NISB) becijferen dat als werknemers meer bewegen en sporten, de opbrengst voor de maatschappij tussen de 380 tot 930 miljoen euro per jaar kan bedragen. 'Juist in deze tijd moet je als werkgever verantwoordelijkheid nemen en durven investeren in de gezondheid van je werknemers.'

VOORDELEN BEWEGEN OP DE WERKVLOER

- Teamvorming: Tijdens en na ontspannen sportbeoefening communiceert men gemakkelijker en op een meer ontspannen manier met collega's van verschillende niveaus, afdelingen of vestigingen.
- Ziekteverzuim: Sportende medewerkers hebben een lager ziekteverzuim. 35% van verzuim wordt veroorzaakt door aandoeningen van het bewegingsapparaat omdat de belastbaarheid ernstig verlaagd is door inactiviteit. Tevens is aangetoond dat lichamelijk sportief bewegen stressverminderend werkt.
- Prestatieverhogend: Voldoende bewegende werknemers zijn positiever, enthousiaster en productiever dan zij die dat niet doen.
- Gezondheid: Wetenschappelijk is aangetoond dat sportief en verantwoord bewegen een positieve invloed heeft op: bloeddruk, lichaamsgewicht, cholesterol, botdichtheid, suikerziekte en daardoor indirect op het voorkomen van hart- en vaatziekten, beroerte, dikke darmkanker en borstkanker.
- Betrokkenheid: De betrokkenheid van werknemers bij de organisatie wordt groter doordat de aandacht voor welzijn van medewerkers van de werkgever ook omgekeerd gaat werken.
- Extern imago: Het imago van de organisatie zal verbeteren doordat het oog heeft voor het welzijn van de mens achter de medewerker.
- Financiën: Aantrekkelijk voor zowel organisatie (reductie ziekteverzuim) als voor de medewerkers (tegemoetkoming van bedrijf in kosten en tijd). Een reductie van het ziekteverzuim met ca. 1 á 2 procent bespaart een bedrijf met 500 werknemers gemiddeld € 268.000 per jaar.

(*Bron: TNO)



Robert Lagendijk: 'Door te gaan bewegen, kun je stressmomenten beter incasseren.'

Utrecht Business introduceert BOB

‘Bij ons draait het om echte contacten’

Business Ontmoet Business (BOB) is het ondernemersplatform van de vijf Business-magazines van Van Munster Media. Eerder werd het concept al geïntroduceerd in Rivierenland, Vallei, Oost-Gelderland en Noord-Limburg. Binnenkort gaat BOB ook in de regio Utrecht van start.

Danny Toonen is het gezicht van het nieuwe netwerk. ‘BOB staat voor Business Ontmoet Business,’ vertelt hij. ‘Uitgangspunt is, ondernemers een platform te bieden om op informele wijze in contact te komen met collega-ondernemers.’

Geen wedstrijd

Voor wie is BOB bedoeld? ‘Iedereen die een bedrijf vertegenwoordigt, is welkom. Van kleine zelfstandige tot directielid van een grote industriële onderneming. Belangrijk is dat het bij ons draait om echte contacten. Het is geen wedstrijd met als doel zo snel mogelijk een stapel visitekaartjes te verzamelen. Juist de persoonlijke interactie, het uitwisselen van ervaringen is bij BOB van wezenlijk belang. Oftewel: ondernemers ontmoeten ondernemers.’

Onafhankelijk

Waarin verschilt BOB van een ‘gemiddelde’ businessclub? ‘Die zijn vaak gelieerd aan een bedrijvenkring, sportvereniging of gemeente. Wij opereren onafhankelijk en bestrijken heel Midden-Nederland.’ Een bedrijf dat lid is van

MET EEN BOB-LIDMAATSCHAP:

- Bent u welkom op alle BOB-Borrels en andere evenementen (na een eenmalige kennismaking is lidmaatschap verplicht).
- Kunt u elke BOB-Borrel samen met 2 collega’s bezoeken.
- Wordt u ontvangen met een feestelijk welkomstdrankje en culinaire hoogstandjes.
- Ontvangt u zes maal per jaar Utrecht Business.
- Krijgt u een bedrijfsprofiel op de site.

Meer informatie over BOB is te vinden op www.utrechtbusiness.nl. Ook kunt u een mail sturen naar danny@vanmunstermedia.nl.

BOB kan minimaal vier keer per jaar met drie personen een BOB-Borrel bezoeken. ‘Daarnaast zijn onze leden welkom op de autotestdagen en forums van de Business-magazines. Ook worden masterclasses, workshops en thematische bijeenkomsten georganiseerd.’

Digitaal en print

BOB-leden krijgen een bedrijfsprofiel op de website van Utrecht Business.

‘Ook in de gedrukte edities wordt ruim aandacht besteed aan de BOB-activiteiten. Geïnteresseerde ondernemers krijgen de gelegenheid om eenmalig en vrijblijvend een bijeenkomst te bezoeken. Daarna is een lidmaatschap verplicht; de kosten bedragen

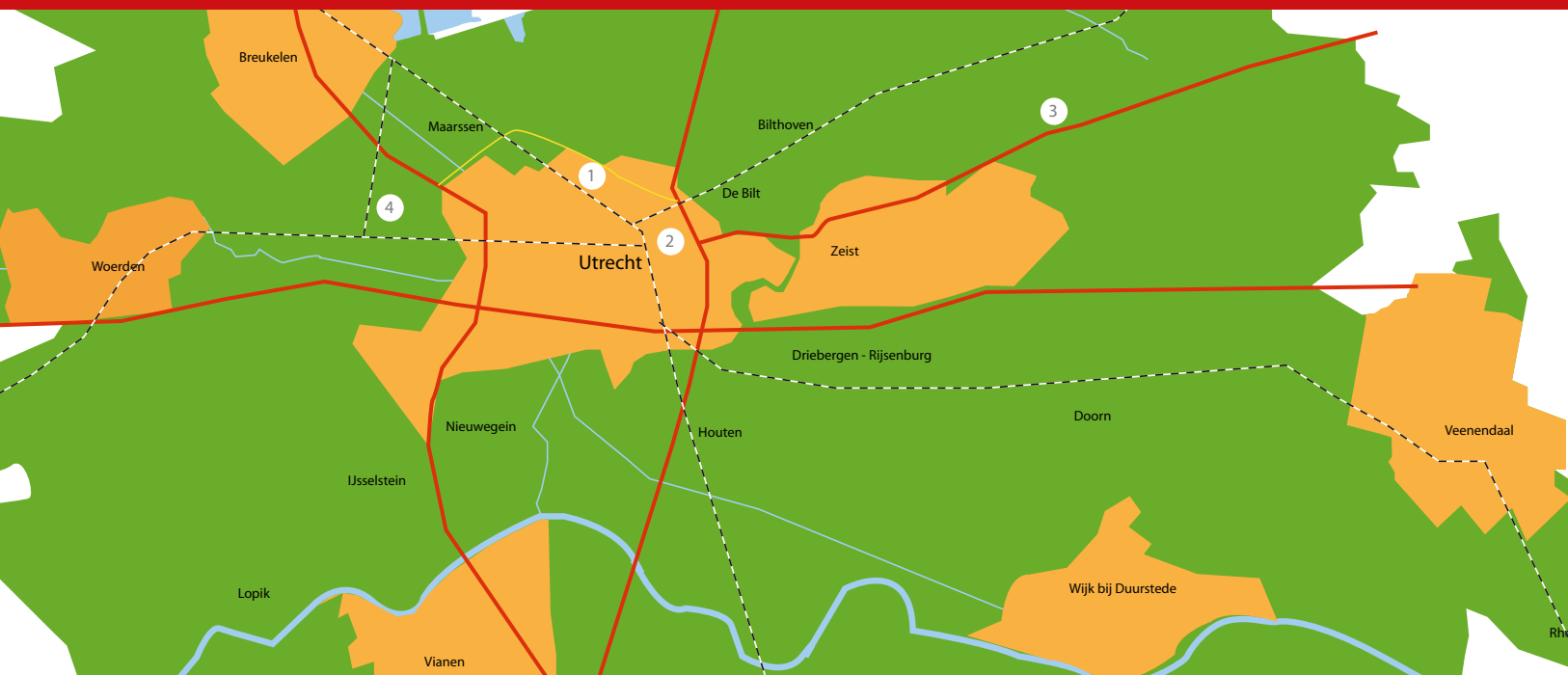
250 euro per jaar. Hiervoor is standaard bij elke BOB-Borrel een welkomstdrankje en de culinaire invulling inbegrepen.’

Werkterrein uitbreiden

Ondernemers gebruiken steeds vaker sociale media om hun netwerk uit te breiden, weet ook Toonen. ‘Maar persoonlijk contact is nog altijd het meest waardevol. Met iemand die je face-to-face hebt ontmoet, doe je eerder zaken. BOB faciliteert deze ontmoetingen. Daarom is het belangrijk om te weten dat BOB-leden uit de regio Utrecht ook toegang hebben tot het netwerk in onze andere gebieden. Zo kunnen ondernemers hun werkterrein gemakkelijk uitbreiden.’ ■



Toplocaties in Midden-Nederland



De centrale ligging en het uitgebreide aanbod maken Midden-Nederland tot de ontmoetingsplaats bij uitstek. Of u op zoek bent naar een vergader-, evenementen-, training- of outdoorlocatie of gewoon gezellig wilt lunchen met een relatie, de regio heeft volop te bieden. Om u wegwijs te maken, brengt Utrecht Business een aantal toplocaties in kaart. Zij vormen het perfecte decor voor uw bijeenkomst of evenement.



Vergaderen op het mooiste eiland van het vasteland
Inspirerend en Gastvrij

In een oase van rust, net buiten de stad Utrecht is Fort aan de Klop gesitueerd. Eigentijds comfort op een eeuwenoude plek.

Een vergadering, heidag, meerdaagse bijeenkomst of training – Fort aan de Klop is een bijzondere en betaalbare locatie voor bedrijfsbijeenkomsten.

Fort aan de Klop • 1e Polderweg 4 • 3563 MC Utrecht
T 030 266 05 55 • E: info@fortaandeklop.com
WWW.FORTAANDEKLOP.COM

Frisse trainingsruimtes
Centraal in Utrecht, aan het Griftpark.
Kom voortaan zorgeloos trainen!
www.trainspot.nl | 030 737 05 81






CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES HOTEL EVENEMENTEN

www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg

Download onze App
iOS + Android

KOETSHUIS DE HAAR
Groots Gesloten

Bent u op zoek naar een inspirerende locatie? Kies dan voor Koetshuis de Haar.

Koetshuis de Haar ligt bij het sprookjesachtige Kasteel de Haar Utrecht en de indrukwekkende tuinen van het bijbehorende park.

De prachtige roodwitte luiken, hoge bomen en het besloten karakter van Het Stalplein vormen een prachtig decor voor een vergadering, productpresentatie, congres of bedrijfsfeest.



Koetshuis de Haar • Kasteellaan 1 • 3455 RR Haarzuilens
T: 030 262 73 74 • E: info@koetshuisdehaar.nl
WWW.KOETSHUISDEHAAR.NL

FC Utrecht Business verrast met bijzondere bijeenkomst

Toys for Boys-event smaakt naar meer



Na de eerdere bijeenkomst in CitySense met Ben Woldring en Swansea City-eigenaar John van Zweden wist FC Utrecht Business haar leden en andere gasten opnieuw te verrassen met een bijzonder initiatief. Ruim 300 aanwezigen, onder hen de spelers en de technische staf van FC Utrecht genoten in de show-

room van Louwman Exclusive Cars met volle teugen van een wagenpark voor fijnproevers.

Brede glimlach

Voor een aantal uitverkorenen bleef het niet bij kijken alleen: zij maakten een proefrit in een Maserati Quattroporte, de

splinternieuwe Ghibli van hetzelfde merk of de spectaculaire McLaren 12C. Een bijzondere ervaring die zorgde voor een brede glimlach op de gezichten van de veertig gelukkigen. 'Net als je mannen een rondleiding geeft in de kleedkamers van een voetbalstadion gebeurt er ook iets met ze als ze in zo'n droomauto mogen

De netwerkborrel van FC Utrecht Business op 11 december jongstleden viel op door een bijzondere locatie én een prikkelend thema. Onder de noemer Toys for Boys had het evenement een nadrukkelijk mannelijk tintje, al waren ook dames van harte welkom. Plaats van handeling: de showroom van Louwman Exclusive Cars langs de A2.



SPONSORS VAN TOYS FOR BOYS

- ACE Juweliers
- Amels superyachts
- Asian Tower
- Bang & Olufsen Ed Baak
- Clipperms.nl
- Coco Pazzo
- De Hoefslag
- De Oude Tijd sigarenspecialzaak
- Figi
- Fourcroy Nederland
- Hanos ISPC
- i-Aspect
- Kick Vormgeving
- LimonChili
- Utrecht Business
- Van den Bergh
- Van Gils
- Pertazza
- Powerplay People

rijden,' constateert Arnaud Miltenburg van FC Utrecht Business. 'Volwassen mannen worden dan weer even kleine jongens. Vandaar: Toys for Boys.'

Voor herhaling vatbaar

FC Utrecht Business organiseerde het evenement samen met gastheer Louwman

en een groot aantal partners. Zo presenteerde Van Gils de nieuwste herenmode. Geïnteresseerden kregen professioneel kledingadvies en desgewenst een outfit op maat. Ook de andere participanten speelden elk op hun eigen manier in op de behoeften van de man. Variërend van horloges en sigaren tot hoogwaardige

audio en tal van culinaire verrassingen. Het uitgebreide aanbod en de bijzondere sfeer leidden tot enthousiaste reacties bij de aanwezigen. Veelgehoorde opmerking was dan ook dat Toys for Boys zeker voor herhaling vatbaar is. ■

Het gebruik van sociale media groeit explosief, waarbij Nederland tot de Europese top behoort. Ook wijzigt het landschap razendsnel. Zo hield het ooit populaire Hyves vorig jaar als sociaal netwerk op te bestaan; in 2010 betaalde TMG er nog bijna 44 miljoen euro voor. Verder keren jongeren zich in toenemende mate af van Facebook, nog altijd met afstand het grootste netwerk. Uitdaging voor marketeers en communicatiespecialisten is om het enorme potentieel van social media op de juiste wijze in te zetten.

social media en de vele nichecommunities die elkaar op deze online kanalen vinden en worden gevormd, ook interessante informatie om nicheproducten en diensten beter te promoten onder de doelgroep.

Richtlijnen

Aan social media kleven ook nadelen. Niet alleen een bedrijf of merk kan informatie over zichzelf zenden, consumenten

en medewerkers kunnen dit net zo goed, ongeacht of dit positieve of negatieve content is. Een aantal organisaties werd al slachtoffer van geruchten die via social media zijn verspreid en die door het *viral* effect in korte tijd een grote groep gebruikers – hun doelgroep – bereikten. Om die reden zetten steeds meer bedrijven social mediarijchlijnen op voor medewerkers waarmee hun uitingen in zakelijk verband

aan regels worden gebonden. De nadelen van social media wegen echter niet op tegen de winst die ermee kan worden behaald op het gebied van marktonderzoek en naamsbekendheid. Niet voor niets gaan steeds meer bedrijven aan de slag met social media binnen hun pr en (relatie)marketing. ■

Bron: www.social-media.nl

MAAK VAN UW KLANTEN UW AMBASSADEURS HAAL MEER UIT SOCIAL MEDIA!

Uw klanten als ambassadeurs zijn het meest effectieve marketing- en saleskanaal dat u zich kunt wensen. Utrecht Business organiseert in samenwerking met Marjolein Bongers van House of Social Media de trainingen Facebook 4 Business, Twitter 4 Business en LinkedIn 4 Business. Tijdens deze interactieve bijeenkomsten leert u hoe u op een effectieve manier onder de aandacht van uw doelgroep komt en hoe u social media in kunt zetten als marketing-instrument.

Na afloop van de training ontvangt u een certificaat en kunt u zelf aan de slag!

Deelname kost 180 euro (excl. BTW) per training. Aan elke training nemen minimaal 8, maximaal 12 deelnemers deel (vol=vol). Voor de training dient u zelf een laptop mee te nemen (gelieve geen iPad) en vooraf een desbetreffend profiel te hebben aangemaakt. Indien u nog geen Fanpage heeft, kan er een handleiding toegestuurd worden. Hiervoor kunt u een mail sturen naar marjolein@houseofsocialmedia.nl.

U kunt zich via www.utrechtbusiness.nl aanmelden. U ontvangt dan een bevestiging van deelname. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Van Munster Media, de uitgeverij van Utrecht Business via 024-3501352.



Facebook 4 Business: 24 april 09.30 - 12.30
Twitter 4 Business: 24 april 13.30 - 16.30
LinkedIn 4 Business: 25 april 10.00 - 13.00



UTRECHT
BUSINESS®





 **HANS KOKX**
Fotografie & Imaging



MKB Ondernemerscongres in Utrecht

Inspire & get inspired! VNO-NCW in de regio's Eemland en Utrecht nodigt ondernemers uit voor het MKB Ondernemerscongres op 6 maart op de Hogeschool Utrecht! 57 unieke topsprekers uit het bedrijfsleven, de sportwereld en van kennisinstellingen delen hun recept voor succes.

VNO-NCW Utrecht en VNO-NCW Eemland zijn er trots op dat zij in samenwerking met Hogeschool Utrecht, Rabobank Utrecht, MKB Utrecht en EBU op 6 maart 2014 het MKB Ondernemerscongres organiseren op het Utrecht Science Park. Tijdens dit congres staat 'verbeelding brengt je verder' centraal. Wat ondernemers zich kunnen verbeelden, kunnen ze ook samen bereiken. Raak geïnspireerd en inspireer zelf in de 'Meet & Greet' en 'Utrecht Experience' corners. Krijg energie van ondernemers, experts en Olympische sporters die laten zien hoe ze hun verbeelding hebben omgezet in top-prestaties en breng je eigen verbeelding tot leven.

Kelken van kennis
Verbeelding brengt je verder, als ondernemer maar ook als congresdeelnemer. Want uw verbeelding bepaalt uw route, bestemming en voertuig. Laat

voorrekenen of uw businessplan haalbaar is, word op ideeën gebracht voor innovaties, ga op zoek naar nieuwe klanten of businesspartners. Of laat u ontspannen meevoeren op de 'flow' van de dag, onderweg nippend van de kelken van kennis die u worden aangereikt.

Programma

Jort Kelder zet om 14.45 uur de eerste stappen. Want 'zelfs een mars van duizend mijl begint met de eerste stap' zegt Lao Tse. Daarna kunt u een keuze maken uit vele en zeer diverse break-out sessies. Meer dan 39 sprekers en 18 workshopgevers delen graag hun kennis en ervaringen over leiderschap, financiering, middelen, online, zeker weten, future/innovatie, creatie, internationaal zaken doen en marketing. ■



UITNODIGING
6 MAART 2014 @ UTRECHT
SCIENCE PARK

TIJDSHEMA

14.00 uur Ontvangst en inloop
14.45 uur Jort Kelder Dagvoorzitter
15.15 uur Annemarie van Gaal
15.45 uur Kies uw eigen route langs vele sprekers en workshops.
21.30 uur Afsluiting met borrel

De entreekosten worden gedragen door de partners.

Jort Kelder, Annemarie van Gaal en alle andere sprekers zien uit naar uw komst op 6 maart 2014, net als de organisatie en partners.

Inschrijven kan via:
mkbondernemerscongres.nl/
aanmelden



REMAKE VAN WELKOM IN HET BOS

Als Alex van Warmerdam voor Orkater of zijn eigen gezelschap De Mexicaanse Hond aan de slag gaat, ontstaat altijd iets bijzonders. Neem zijn laatste productie 'Bij het kanaal naar links' over een vete tussen twee families met een uitstekende Pierre Bokma in de hoofdrol. Nu komt Van Warmerdam met een remake voor de grote zaal van zijn veelgeprezen voorstelling 'Welkom in het Bos' uit 2002. En ook nu draait veel om Bokma, hoewel Hadewych Minis en Tiny Bertels de hoofdpersonen Dora en Fannie spelen. Beide vrouwen zwerven door een bos; de ene is weggelopen van haar man, de andere staat haar terzijde. Ze strijden tegen honger en dorst als ze 's nachts verontrustende geluiden horen. Dan stuiten ze op een aantal merkwaardige personages, allen gespeeld door Bokma. Voor wie dit stuk twaalf jaar geleden heeft gemist een uitgelezen kans de schade in te halen.

Te zien op 3, 4 en 5 maart in de Stadsschouwburg Utrecht.

EINAUDI DICHT BIJ HUIS

De Italiaanse pianist Ludovico Einaudi brak eind 2011 definitief door bij het grote publiek naar aanleiding van zijn filmmuziek voor *Intouchables*. In de afgelopen twee jaar rees zijn ster en gaf de sympathieke componist tientallen concerten in Europa en de VS. Voor wie hem deze maanden live wil zien, eind maart geeft hij optredens in diverse Duitse steden. Wie dicht bij huis wil blijven maar toch wil genieten van deze minimalistische pianomuziek, kan terecht bij alleskunner Jeroen van Veen. Deze zette onlangs alle pianomuziek van Einaudi op cd. De 91 composities worden in een serie van zes concerten uitgevoerd in het Beauforthuis. In een aantal stukken wordt hij bijgestaan door Sandra van Veen op vleugel of keyboard. Ritmische en opzweepende muziek wordt afgewisseld met langzame, rustgevende klanken om bij weg te dromen.

Te zien op 13 april en 11 mei in het Beauforthuis in Zeist.

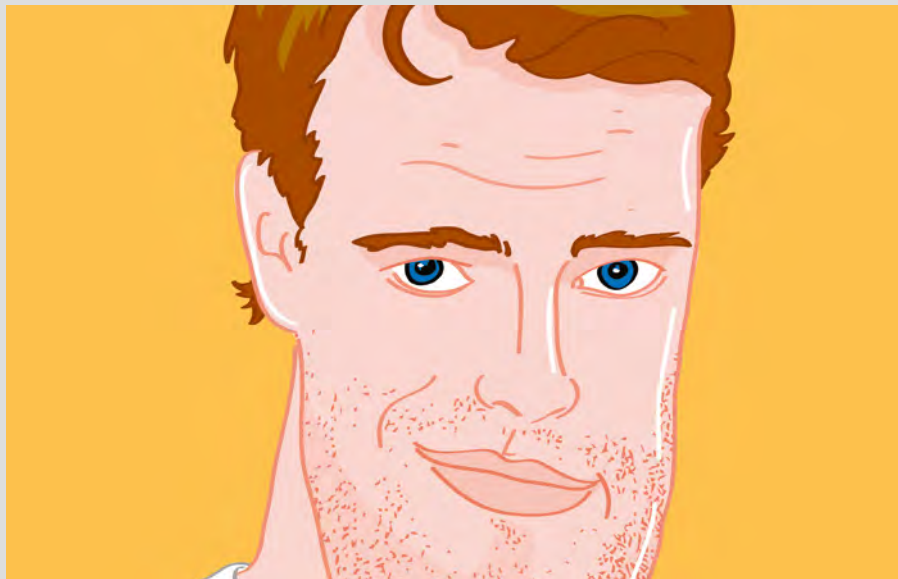


ENERGIEK, LUI EN NONCHALANT

Stagneert de belangstelling voor toneel, dans en muziek, cabaret viert de laatste jaren juist hoogtij in ons land. Om de gemiddelde zaalbezetting boven de 60-70% te krijgen, programmeren theaters daarom bij voorkeur grappige mannen en vrouwen. En die lijken er in overvloed te zijn, gelet op het brede aanbod. De praktijk leert echter dat de kwaliteit van menig cabaretier of stand-up comedian in de praktijk flink tegenvalt. Gelukkig zijn er uitzonderingen zoals Theo Maassen, Ronald Goedemondt en Daniël Arends. Heren die dichtbij zichzelf blijven, messcherp zijn en feilloos hun grappige kant weten te exploiteren. Martijn Koning is er ook zo één. De 36-jarige cabaretier en tekstschrijver weet ondanks zijn chaotische voorkomen precies waar

hij naar toe wil. Dat zijn reisdoel vervolgens niet de ultieme bestemming is, deert hem niet. Sterker nog, het zorgt er juist voor dat hij tijdens een voorstelling makkelijk even de weg kwijt kan zijn. Uiteindelijk komt hij er wel, vroeg of laat. Zijn geheim? Koning zit goed in zijn vel. Als een grap even minder goed overkomt, tovert (of verzint) hij simpelweg een nieuwe tevoorschijn. Zijn reusachtige improvisatietalent helpt hem hierbij. Een leuke vent, die Koning, lekker energiek, maar ook lui en nonchalant. Precies goed!

Te zien op 14 maart in De Kom in Nieuwegein, op 29 maart in Het Klooster te Woerden en op 17 mei in De Fransche School in Culemborg.



ON GOLDEN POUND

Eind mei wordt acteur Bram van der Vlugt 80 jaar. Aan stoppen denkt deze voormalige Sinterklaas niet. In tegendeel, dit seizoen speelt hij de hoofdrol in On Golden Pond. Deze bewerking van de film uit 1981 die bekend werd door Henry Fonda, Katherine Hepburn en Jane Fonda, gaat over een bejaard echtpaar dat in hun zomerhuisje verblijft. De man, Norman, wordt 80. Ze krijgen bezoek van hun dochter Chelsea en haar verloofde en stiefzoon. Chelsea merkt tijdens het bezoek dat haar vader en de stiefzoon een band krijgen

die zij nooit met haar vader heeft gehad, maar waar ze wel altijd hevig naar heeft verlangd. De regie is in handen van Peter Tuinman, een oude bekende van Van der Vlugt. Samen maakten ze in 2000 de voorstelling Kopenhagen. Bram van der Vlugt ontving destijds de Louis d'Or voor zijn vertolking van de mannelijke hoofdrol in dit stuk.

Te zien op 28 maart in De Kom in Nieuwegein en op 22 april in de Goudse schouwburg.



Copyright Paul Posse beeldbewerking Magic Group Media

OVER AHOLD EN CEES VAN DER HOEVEN

Stond de vastgoedfraude centraal in het eerste deel van De Verleiders, in dit tweede deel draait alles om Ahold en Cees van der Hoeven. De man die in het jaar 2000 het concern omtovert tot één van de grootste retailmultinationals ter wereld. Maar het succes blijkt een illusie als opeens de grootste boekhoudfraude ooit uitkomt. Binnen één dag keldert het aandeel Ahold met 60% en verdampt acht miljard euro. Van der Hoeven heeft het meest solide bedrijf van Nederland aan de rand van de afgrond gebracht en alle kopstukken van de familie komen samen voor beraad. De val van een super-man gaat niet alleen over falend leiderschap en dito toezicht, maar ook over de gebeurtenissen binnen de familie Heijn, zoals de ontvoering van Gerrit Jan en het Oibibio-debacle van Ronald Jan.

Te zien op 7 maart in De Kom in Nieuwegein, op 8 april in de Goudse Schouwburg en op 28 april in de Stadsschouwburg Utrecht.

TEKST MART RIENSTRA
TIPS OF COMMENTAAR?
UB@UTRECHTBUSINESS.NL

Restaurant Brocante

Klaar voor een
ander imago

TEKST JASON VAN DE VELTMAETE FOTOGRAFIE HANS KOKX

Leve het wielrennen! Want zonder mijn racefiets en de mooie 'etappes' rondom Doorn en Driebergen, was Brocante mij nog steeds niet opgevallen. Toch viert dit restaurant binnenkort het tienjarig bestaan. Neen, ik hoef mijzelf niets te verwijten, want op culinair gebied timmert (timmerde) Brocante niet aan de weg. Maar menigmaal leidt een fietspad naar een onweerstaanbare locatie. En als dan de ruime parkeerplaats vol blijkt te staan met auto's die best eens van zakenlieden zouden kunnen zijn...

Brocante ligt te midden van villa's die niet bijster originele namen dragen als Beukenzicht en Veldzigt. Met de locatie is dus niets mis: bomen, velden en vermogende gasten – in de onmiddellijke omgeving. Merkwaardig dat in de contreien van Doorn zo weinig goede restaurants te vinden zijn. Natuurlijk, in Driebergen bevindt zich La Provence (met ster), maar verder?

Passie

'Ik dacht dat u alleen over restaurants op sterrenniveau schreef,' zei Marc Servaas, eigenaar van Brocante, toen ik hem telefonisch liet weten dat ik in zijn restaurant gegeten had. De trouwe lezers van mijn bijna dertigjarige rubriek weten beter, maar misschien is de misvatting bij Servaas ontstaan doordat hij elf jaar lang (van 1992 tot 2003) een eetcafé dreef vlak naast La Provence.

In november 2004 namen Servaas en zijn vrouw het restaurant tussen Driebergen en Doorn over dat destijds al Brocante heette. Na een modernisering was van 'brocante' (i.e. tweedehands goederen en curiosa) geen sprake meer, tenzij... 'Het enige brocante is het personeel,' lacht

Marc's echtgenote Yvonne. 'Ze zijn vrij oud, vergeleken met de jongelingen die in andere restaurants aan tafel verschijnen. Maar onze mensen hebben, naast ervaring, veel passie voor de horeca. Een glas wijn inschenken kan iedereen; iemand precies de juiste ontvangst bereiden is een ander verhaal.'

Eveneens opmerkelijk is dit: in de keuken staan twee chefs. De hele brigade bestaat uit drie koks. ('s Zomers vier, in verband met het grote terras). Marc: 'De twee chefs (een man en een vrouw) houden elkaar scherp en vullen elkaar prima aan.'

Imago

Mijn eerste gerecht was de tartaar van zalm, gemarineerd in wodka en citroen, met een bitterbal van Hollandse garnalen en mayo. Geen spannend of verrassend gerecht, maar wel lekker. En voor die prijs (€9,50) zal niemand een trouvaille of creatief hoogstandje verwachten.

Plezierig in dit restaurant is het grote aantal wijnen dat per glas verkrijgbaar is. Ik koos voor een DeGras Chardonnay: mild, sereen, met een zweem van citrusfruit in de smaakbeleving. Hij staat als huiswijn op de kaart.

Ook het tweede voorgerecht was aantrekkelijk geprijsd (€ 10,75): gebakken coquilles met crème van bataataardappel, onder een krokant korstje van Parmezaan en gestampte noten. Wederom weinig op aan te merken. Zo niet heerlijk, dan toch zeer smakelijk. De koks gebruiken verse ingrediënten en beheersen gewoon goed hun ambacht. Aangezien een mooie wijn niet enkel kunstzinnige, maar ook ambachtelijke producten bekroont, liet ik er de 'Beauroy' van Thierry Hamelin (Chablis 1er Cru, 2010) naast zetten. Dezelfde wijn accordeerde met het hoofdgerecht: gebakken dorade met venkelrisotto en citrusvruchten. Veritabel, ongecompliceerd en prima bereid. Het is tijd om de kop boven dit artikel te verklaren. Brocante presenteerde zich tot nog toe als 'Grand-Café annex brasserie'. Rond het middaguur, tijdens de drukke lunch, is deze aanduiding passend: op veel borden ligt friet met saté. (Hoewel die constatering geen recht doet aan de uitgebreide lunchkaart.) 's Avonds is Brocante echter een volwaardig restaurant. Dát imago zal gaan overheersen, als het aan Marc en Yvonne ligt.

Laagdrempelig

Veel directeuren en directiesecretarissen weten het al wel: Brocante beschikt over een ruime vergaderzaal boven het restaurant. De echte vergadertijgers verzamelen natuurlijk aan de opvallend grote, lange bar in de restaurantruimte. Die toog leent zich uitstekend voor het drinken van een aperitief, maar hij is ook diep genoeg om een hapje aan te eten. Alles in Brocante wijst erop dat het concept tweeledig of zelfs ambivalent is:



Jason van de Veltmaete schrijft al vele jaren op persoonlijke titel deze culinaire rubriek. Op basis van zijn bevindingen krijgen restaurants een ruime plaats in Utrecht Business.

Top Drie 2012-2013

	keuken	ambiance
1. Amberes (13/3)	9,2	8
2. Vaartsche Rijn (13/6)	8,8	8,5
3. Blok's (13/5)	9,0	8

In 2013-2014 ook besproken: Brocante (13/1), Luce (13/4), De Pronckheer (13/2), De Goedheyd (13/1).



Marc en Yvonne Servaas: veelzijdig met Brocante

's middags een breed publiek, waarvan een deel 'even snel' iets komt eten, 's avonds een mengeling van zakenmensen en omwonenden die voor de ambiance en de menukaart komen. De 'opgedeelde' restaurantruimte laat gasten de keuze: deel uitmaken van de gezellige drukte hoeft niet. De massieve, ongedekte houten tafels, de comfortabele stoelen, de grote bloemenvazen en de lichtinval rondom... Het klopt gewoon. Dat dit restaurant een uitgebreide lunchkaart hanteert, is begrijpelijk, gezien het grote terras, maar de gasten die 's avonds

à la carte willen eten, kunnen zich ook verheugen in een ruime keuze. Drie soepen, negen voorgerechten en acht hoofdgerechten – ik zou bijna zeggen dat het niet meer van deze tijd is. Veel restaurants hebben, met één oog op de inkoop, de efficiëntie en de 'food waste', gekozen voor een kleine kaart of voor 'wat de pot schaft'. Servaas: 'Ik heb er echt een hekel aan om nee te verkopen. Wat mij betreft houden we hier de veelzijdigheid.' Dat hij ook acht jaar lang de prijzen gehandhaafd heeft, getuigt van zijn

gastvrije instelling. Dit restaurant (70 couverts) is beslist laagdrempelig. Dat wil hij zo houden. Maar de crisis is niet onbemerkt voorbijgegaan, dus er wordt nagedacht over een kleine ophoging. Acht jaar lang de prijzen niet verhoogd... Alleen daarom al verdienen Marc en Yvonne ons bezoek. ■

Restaurant Brocante,
Dribergsestraatweg 54, Doorn
0343-515098

Zakt u door het ijs?

Onder druk presteren, het blijft een raar fenomeen. De één is als het er echt om gaat op zijn best, de ander faalt opzichtelijk. Tijdens de Olympische Winterspelen regen de voorbeelden zich aaneen van topsporters die uitzonderlijk presteerden dan wel keihard door het ijs zakten. Zo benaderden de Nederlandse schaatsers ondanks de torenhoge verwachtingen bijna allemaal hun topvorm, terwijl de Amerikanen, Noren en Russen op deze discipline flink teleurstelden. Zij klaagden over verkeerde pakken, slecht ijs en een te hoge druk. Hoe zit het met u? Wanneer presteert u optimaal?

Als ik mijn oren te luister leg in mijn directe omgeving, lijkt het alsof wij druk en stress nodig hebben om te presteren. 'Ik maak mijn plannen pas de avond voorafgaand aan een presentatie' of: 'Ik schrijf mijn beste teksten als ik weet dat over een uur de deadline afloopt'. Zeker bij dit laatste voorbeeld spreek ik uit ervaring dat dit niet voor iedereen geldt. Natuurlijk, een zekere dwang om de handen uit de mouwen te steken, ervaren wij meestal als nuttig en aangenaam. Maar dat stress per definitie tot de beste prestatie leidt, kan ik – eenmaal achter de pc – niet onderschrijven.

Tegelijkertijd realiseer ik mij dat ik als voor grote groepen spreek – als presentator, trainer of acteur – ik juist wel positief beïnvloed raak door spanning en nervositeit. Deze randvoorwaarden lijken zelfs essentieel om sterk voor de dag te komen en mensen daadwerkelijk te raken. Gewoon zonder al te veel voorbereiding, 'zijn' in het nu.

Dit klinkt wellicht boeddhistisch, maar het gaat er om, te weten wat je nodig hebt om onder druk te presteren. Zolang ik maar mag zijn wie ik ben in al mijn afwijkingen en eigenaardigheden, lukt dat steeds beter. En ik weet inmiddels dat de wereld niet vergaat als ik een keer niet zo goed voor de dag kom. Zelfs dan ligt mijn vrouw 's nachts nog liefdevol tegen mij aan in bed. Tenminste, daar ga ik van uit...



Mart Rienstra hoofdredacteur Utrecht Business

ADVERTEERDERSINDEX

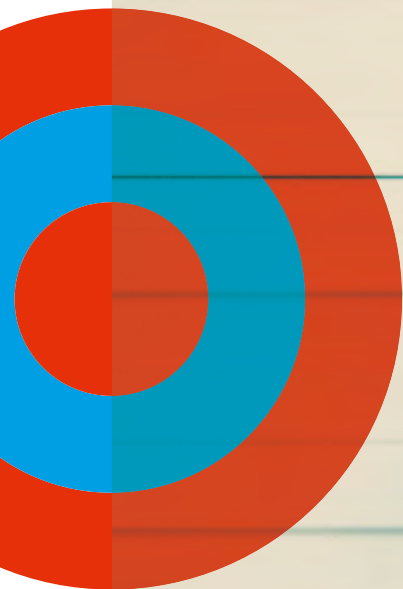
naam	pagina
2 in beweging	51
Asian Tower	26
ATS	26
Van Benthem & Keulen	24
De Boorder Bedrijfshuisvesting	7, 18
Cursus- en vergadercentrum	
Domstad	2, insert
Dutch Office Fund	52
Ford Utrecht	24
Fort aan de Klop	39
GaragePark	25
Google	insert
Het Nieuwe Kantoor Utrecht	24
JBA Security	7
Koetshuis De Haar	39
Fotostudio Hans Kokx	44
Kontakt der Continenten	39
Van den Pol	16
Practicum	44
Rabobank Utrecht	30
Regio Business Dagen	11
Regus	16
Trainspot	39
Woudschoten	22

Utrecht Business 2 verschijnt 13 mei. Hierin onder meer een focus op meeting management en human resources. Verder aandacht voor het economisch perspectief van Nieuwegein en een special over de Regio Business Dagen.

Voor meer informatie



www.utrechtbusiness.nl

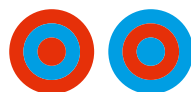


De beste beweging

maak je samen

De beste communicatiecampagnes komen voort uit een aanstekelijk samenspel tussen opdrachtgever en bureau. De interactie met uw doelgroep nemen we uiterst serieus. Met een kritische houding die prikkelt om scherp te zijn en verrassend uit de hoek te komen. Dat leidt tot stevige relaties zonder onze speelsheid te verliezen. www.2inbeweging.nl

Aangenaam. Wij zijn



2 in beweging



Hojel City Center Fase II v.a. 325 m²



Daltonlaan 600 v.a. 662 m²



WTC Papendorp v.a. 150 m²

Uw huisvesting,
onze ambitie



Marconi v.a. 115 m²

Dutch Office Fund biedt kantoorruimte in meer dan 50 hoogwaardige, duurzame kantoorgebouwen

Op zoek naar een passende en hoogwaardige nieuwe werkplek? U huurt bij ons kantoorruimte op de beste locaties in Utrecht: duurzame panden, gebouwd onder architectuur, uitstekend bereikbaar met auto en openbaar vervoer. Een kantoorgebouw van Dutch Office Fund is een betrouwbare keuze voor integrale kwaliteit, een persoonlijke benadering en een duurzaam karakter.

Kijk voor meer informatie op de website.

Dutch Office Fund
reflecting ambition

www.dutchofficefund.nl