



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 30 | NUMMER 5 | NOVEMBER 2014

BUSINESS®



Utrecht onder stroom-award
voor Eric Odenwald

**'Biologisch moet
vooral waanzinnig
lekker zijn'**

Succes als brandstof voor
duurzame verandering

Op de huid van
Ilco van der Linde

Nieuwe toekomst voor
industrieel erfgoed



Roland Kahn op
weg naar 1 miljard

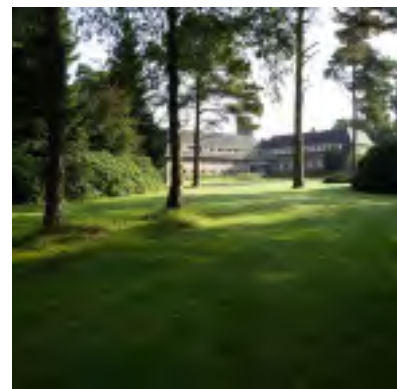
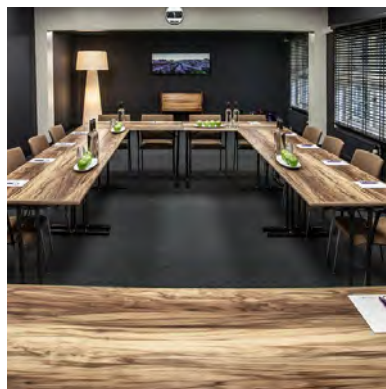
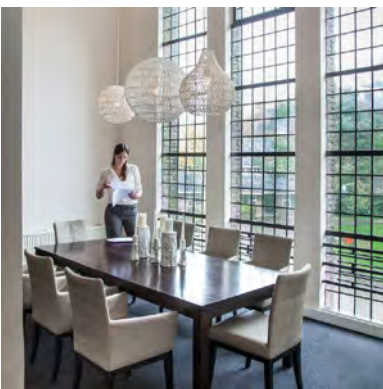
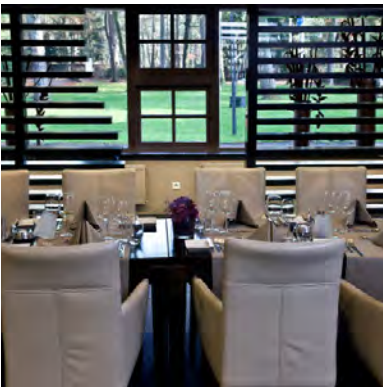
10 + 10 aanbieding

Dit najaar hebben wij voor u een speciale aanbieding!
10 % korting en een gratis break!

Organiseert u uw bijeenkomst bij Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum dan bieden wij u een aantrekkelijke korting van 10% op de vergaderarrangementen. Bovendien ontvangt elke gast ook een 10-uurtje ter waarde van € 10. U heeft de keuze uit:

10 + healthy break of 10 + borrel

Neem voor meer informatie contact op met de afdeling Reserveringen (0343-492 492 of info@woudschoten.nl).



Woudschoten

HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergseweg 54
3707 HX Zeist

T 0343-492 492
F 0343-492 444

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

VOORWOORD



Initiatieven met impact

Onverschilligheid is geen optie voor Ilco van der Linde. Daarom strijdt de sociaal entrepreneur met MasterPeace wereldwijd tegen gewapende conflicten, samen met miljoenen andere mensen. Elke dag worden het er meer. En dat moet ook. Want zoals Desmond Tutu bij de start van MasterPeace tegen Van der Linde zei: 'Wereldleiders kunnen dit niet alleen; we hebben de hele wereld nodig.'

Met directeur Willy van Egdom als drijvende kracht en de wensen van ouderen als uitgangspunt, verleent het ruim 600-jarige Bartholomeus Gasthuis zorg op een baanbrekende manier. Het Huis in de Wijk biedt naast huisvesting allerlei faciliteiten en diensten voor ouderen. Denk aan fitness, een kapper, een pedicure, zalen en een brasserie. Ook worden workshops en activiteiten georganiseerd.

Een voorziening met zo'n uitgebreid aanbod bestond nog niet. 'Op veel gebieden hebben we zelf het wiel moeten uitvinden,' aldus Van Egdom. 'De mix van zorg en commerciële functies is lastig te realiseren, maar wel cruciaal.' Inkomsten uit commerciële diensten vormen al een derde van het totale budget van het Bartholomeus Gasthuis. 'Hiermee worden andere voorzieningen gratis of voor een laag bedrag aangeboden. Wij kunnen dus sociaal zijn doordat we tegelijkertijd ondernemen.' Naast met zorgpartijen en huisartsen werkt het Utrechtse gasthuis samen met bijna vijftig andere partners. 'Deze dynamiek inspireert en geeft energie.'

Energie speelt – in meerdere opzichten – ook een rol bij Netwerk Utrecht2040. Hierin werken overheden, maatschappelijke organisaties en bedrijven samen aan een versnelling van duurzaamheid. 'Het gaat vaak om complexe opgaven,' weet voorzitter Joris Hogenboom. 'Verandering kost tijd en vergt een lange adem. Tegelijkertijd is concreet resultaat op korte termijn nodig. Want succes motiveert. Het is de noodzakelijke brandstof op weg naar het uiteindelijke doel: een energieneutrale en klimaatbestendige provincie, met een goede kwaliteit van leven voor alle inwoners.'

Op de volgende pagina's meer over deze drie initiatieven met impact. Zeer verschillend, maar met duidelijke overeenkomsten: het draait om visie, samenwerking en doorzettingsvermogen.

Hans Hajée



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 30
november 2014, editie 5

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 Veltmaete 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
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.
Abonnementsprijs 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
bpMedia + Design

- 6** Eric Odenwald: 'Biologisch moet vooral waanzinnig lekker zijn.'
- 9** Wat wil het bedrijfsleven van Provinciale Staten?
- 10** Op de huid van Ilco van der Linde
- 13** Gemeenten worstelen met mkb-vriendelijk aanbesteden
- 15** BPU en Michael Boogerd koersen naar 2015
- 16** Netwerk Utrecht2040: 'Succes als brandstof voor duurzame verandering'
- 20** Ondernemende zorgaanbieders houden Utrecht vitaal
- 24** Centrum voor leven met kanker gaat de markt op
- 26** Nieuwe toekomst voor industrieel erfgoed
- 28** Makro partner voor ondernemend Utrecht
- 30** Voetbal als bindmiddel
- 33** Vliegwielen op Het Klooster krijgen vaart

NATIONAAL



I 'Think global, act local'

Roland Kahn op weg naar 1 miljard



V Duurzaamheid biedt perspectief voor vastgoed en bouw

Tweede editie Ecobouw



XIV 'Houd je niet bezig met no-core activiteiten'

In- of outsourcen van facilitaire diensten

- 35** Dossieropbouw blijft van belang bij disfunctionerende werknemer
- 36** Het Fluwelen Handvat: samen ondernemen in Utrecht-Oost
- 39** BLR-Bimon heeft altijd oog voor nieuwe techniek
- 40** Toplocaties in Midden-Nederland
- 42** BOB: geslaagde kick-off tussen de treinen
- 44** Parkmanagement bewijst meerwaarde
- 46** Uit
- 48** Brasserie Ripassa: 'Il disegno' versus de apothekerskeuken
- 50** Zakenautotestdag
- 66** Mart Rienstra over Zwarte Piet

Biologisch voedsel wint sterk aan populariteit. Volgens Eric Odenwald is de echte doorbraak aanstaande. 'Bewuste voeding is geen hype meer maar een onmiskenbare langetermijntrend.'



Ilco van der Linde oogste eerder lof met de Bevrijdingspopfestivals en Dance4life. Nu gaat de sociaal entrepreneur samen met miljoenen mensen via MasterPeace de strijd aan met gewapende conflicten. 'Onverschilligheid is geen optie.'



In Netwerk Utrecht2040 werken overheden, maatschappelijke organisaties en bedrijven samen aan versnelling van duurzaamheid. 'Verandering vergt een lange adem. Toch zijn ook op korte termijn concrete resultaten nodig, want succes motiveert,' weet voorzitter Joris Hogenboom.



Om samenwerking en ondernemerschap in de zorg te stimuleren, organiseerde Rabobank Utrecht de Samen Sterker Tour. Bestuurders uit zorg, maatschappelijk veld en bedrijfsleven kregen inzicht in inspirerende voorbeelden.



Herbestemming is vaak de enige optie voor behoud van industrieel erfgoed. Non-profitorganisatie BOEi maakt dat als investeerder mede mogelijk. Prominent actueel voorbeeld: de Utrechtse Cereolfabriek.



De Makro-vestigingen in Nieuwegein en Vianen bieden one stop shopping in optima forma. Zeven dagen per week geopend, met 60.000 producten onder één dak.



Tijdens de zakenautotestdag van Utrecht Business konden ondernemers kennismaken met een breed scala aan actuele modellen. Een prima gelegenheid voor een eerste indruk.



Netwerkconcept Business Ontmoet Business (BOB) beleefde in het Spoorwegmuseum een geslaagde Utrechtse kick-off. Speciale gasten waren oud-wielrenster Leontien Zijlaard-van Moorsel en Cor Jansen van het Business Peloton Utrecht.

Utrecht onder stroom-award voor Eric Odenwald

'Biologisch moet vooral waanzinnig lekker zijn'

TEKST HANS HAJÉE

FOTOGRAFIE HANS KOKX

Biologisch voedsel wint sterk aan populariteit. Volgens Eric Odenwald is de echte doorbraak aanstaande. Zijn bedrijf Odenwald Organic biedt het breedste assortiment biologische broodproducten van Nederland. 'Bewuste voeding is geen hype meer maar een onmiskenbare lange-termijntrend.' Toch is biologisch zeker geen dogma voor Odenwald: 'Onze producten moeten eerst en vooral waanzinnig lekker zijn.'

Eric Odenwald heeft al lang iets met biologisch, verantwoord voedsel. Na een studie internationale marketing was hij enige tijd trader en marketeer in de food-sector. Daarna startte de Utrechtse ondernemer in 1992 een bedrijf in verkoop en marketing van biologisch brood. Deze passie werd tijdelijk bijzaak toen zijn Utrechtse Juristen Groep (UJG) alle aandacht opeiste. 'Gestart als initiatief waar bestuursrechtjuristen adviseerden bij het vermijden van dienstplicht werd dit bedrijf alsmat groter,' blik Odenwald terug. 'De activiteiten werden uitgebreid met arbeidsrecht op no cure no pay-basis. Van daaruit nam detachering een grote vlucht. Eerst van individuele juristen, later ook van managers, specialisten en complete teams. Op het hoogtepunt

waren tweehonderd juristen bij UJG in vaste dienst plus nog een vijftigtal freelancers.'

Breedste assortiment

In 2006 nam USG People UJG over. Het gaf Odenwald de gelegenheid om alle aandacht te richten op zijn broodbedrijf. 'Het aanbod is gestaag uitgebreid met onder meer stokbrood, croissants en petit pains. Specialistische producten die op verschillende locaties worden gemaakt van biologische en waar mogelijk fair-trade-ingrediënten. Op dit moment bieden wij het breedste assortiment biologische broodproducten van Nederland.' Later zijn ook bier, ijs, desserts en snacks toegevoegd aan het aanbod van Odenwald Organic. 'Sommige merken

en producten zijn zelf ontwikkeld, andere hebben we overgenomen.'

Karaktervol bier

Dat laatste is het geval bij brouwerij De Leckere die Odenwald in 2007 kocht, samen met een aantal bevriende Utrechtse ondernemers. 'De productiefaciliteit is sindsdien fors uitgebreid en geprofessionaliseerd. We bouwen gestaag aan het merk De Leckere. Dat gebeurt primair via de horeca maar ook de retail speelt een rol. Daarbij ligt de nadruk op afnemers die actief met het merk aan de slag gaan. Denk aan zelfstandige supermarktondernemers en natuurvoedingswinkels.' De karaktervolle bieren van de Leckere worden relatief veel gedronken in de regio Utrecht. 'Onze ambitie is om een

UTRECHT ONDER STROOM-AWARD

De term 'bewust' loopt als een rode draad door de bedrijfsvoering van Odenwald Organic. 'Uiteraard waar het gaat om de selectie van grondstoffen en ingrediënten voor onze producten,' stelt Odenwald. 'Ook maken we gebruik van biologische schoonmaakmiddelen. En in het magazijn van de bierbrouwerij werken mensen met een beperking, bemiddeld door regionale sociale werkvoorzieningsbedrijven. We zijn ooit gestart met één medewerker, inmiddels zijn het er al zes. Ook voor inpakwerk schakelen wij regelmatig sociale werkvoorzieningsbedrijven in. Natuurlijk vergen mensen met een beperking de nodige aandacht en extra begeleiding. Maar daar krijg je veel voor terug. Het is prachtig om te zien dat zij enorm veel lol hebben in hun werk.'

Voor het bewuste ondernemerschap en de voorbeeldfunctie werd Odenwald Organic onlangs bekroond met de Utrecht onder stroom-award. Deze prijs – opvolger van de Slinger Award – belooft projecten, bedrijven, instellingen of personen uit de stad Utrecht voor hun inzet op de drie terreinen van maatschappelijk verantwoord ondernemen: people, planet en profit. Het MVO-beleid van Odenwald Organic is volgens het juryrapport concreet, lokaal gericht en tastbaar. Ook laat het bedrijf zien dat duurzaamheid en biologische voeding niet saai of geitenwollensokkenachtig zijn, maar ook fun.



Bewust is geen hype meer maar een onmiskenbare langetermijntrend

echt Nederlands biermerk te worden. Dat gebeurt stap voor stap; telkens wordt een stad of regio intensief bewerkt. Dit jaar krijgen onder meer Amersfoort en Den Bosch extra aandacht.'

Doorbraak aanstaande

Odenwald ziet het animo voor bewuste producten sterk groeien. 'Met bewust bedoel ik niet alleen biologische maar ook regionale en fairtrade producten. Ondanks de crisis is de verkoop ervan fors gestegen. En ik verwacht dat de echte verandering, de doorbraak aanstaande is. Steeds meer grote partijen – retailers, foodservice – focussen op deze producten en ook de groene horeca wint terecht flink terrein. Bewust is geen hype meer maar een onmiskenbare lan-

getermijntrend. Ons land ligt daarbij nog wat achter op bijvoorbeeld Duitsland, Scandinavië en het Verenigd Koninkrijk. Maar die achterstand maken we snel goed.'

Vraagoverschot

Welke drempels zijn er nog voor de verdere opmars van biologisch voedsel? 'Binnen afzienbare tijd wordt de verkrijgbaarheid van bepaalde grondstoffen en producten een bottleneck. Zo ontstond door de grote populariteit van spelt vorig jaar al een fors vraagoverschot, met stijgende prijzen tot gevolg. Dat zal in de toekomst meer gebeuren.'

Uitdaging voor de foodsector is om de snel groeiende consumentenvraag bij te benen. 'Daartoe moeten boeren

omschakelen op biologische landbouw. Dat gebeurt gelukkig ook steeds vaker. Nederland heeft een sterk ontwikkelde agrarische sector. Als de beschikbare kennis op het gebied van veredeling en efficiency wordt ingezet bij de biologische landbouw dan zal de opbrengst substantieel toenemen.'

Duurzame organisatie

Odenwald ziet een zonnig perspectief voor zijn bedrijf. 'De afzet van producten als brood en bier groeide de afgelopen jaren flink. Het is nu zaak om die ontwikkeling vast te houden. Doelstelling van Odenwald Organic is immers om een duurzame organisatie te zijn. Daar hoort een gezond rendement bij.' Voor De Leckere betekent dit bijvoorbeeld een stevige groeiambitie in aantal hectoliters. 'Die is nodig om de noodzakelijke investeringen in de brouwerij en het merk te borgen. De vele kleine brouwerijen in Nederland maken vooral speciaalbieren. Binnen het assortiment van De Leckere is juist pils het populairst. Dat is verreweg de grootste afzetmarkt in Nederland; de potentie is dus enorm.'

Reason to believe

Biologisch is zeker geen dogma voor Odenwald. 'Of het nu gaat om brood, ijs of bier, kwaliteit en smaak zijn altijd het uitgangspunt. Onze producten moeten eerst en vooral waanzinnig lekker zijn. Het biologische karakter speelt een ondersteunende rol. Het zorgt voor bevestiging bij onze klanten. Biologisch is een *reason to believe, geen reason to buy.*' ■

IS DIT STRAKS UW UITVALSBASIS?

Bedrijvenpark Het Klooster

- totaal 75 ha. aan uit te geven kavels van 1.000 tot 60.000 m²
- zeer geschikt voor transport-, logistiek-, en distributiebedrijven

Interesse?

klooster.nieuwegein.nl

of bel

030- 6071454

Nieuwegein



Verkiezingen op 18 maart 2015

Wat wil het bedrijfsleven van Provinciale Staten?

De provincies zijn een belangrijke speler voor het bedrijfsleven, meer dan vaak wordt beseft. Het werk van de provincie is niet zo zichtbaar en tastbaar als dat van het Rijk of een gemeente. Provincies zijn echter van groot belang voor de samenhang in de regio. Zij zorgen voor een afgewogen balans tussen steden, landelijk gebied en gemeenten. Daarnaast zijn zij vergunningverlener en hebben invloed op bestemmingsplannen.

Provincies zijn ook belangrijk als aanbesteders. Jaarlijks kopen ze voor honderden miljoenen producten, diensten en werken in bij het bedrijfsleven, bijvoorbeeld voor de aanleg en het onderhoud van wegen of bruggen.

Prioriteiten

Op 18 maart 2015 vinden verkiezingen plaats voor de Provinciale Staten. Waar staan politieke partijen voor, wat staat er in hun verkiezingsprogramma's? VNO-NCW Utrecht brengt samen met MKB Midden/Utrecht en andere organisaties tien prioriteiten onder de aandacht van de

provinciale politici. Deze onderwerpen zijn cruciaal voor de stimulering van de regionale economie. VNO-NCW rekent erop dat deze punten bijdragen aan een weloverwogen paragraaf over economie in de verkiezingsprogramma's.

Tienpuntenplan

Het tienpuntenplan bedrijfsleven provincie Utrecht in het kort:

1. Onder het motto: 'Sterker maken wat al sterk is' dient de provincie in te zetten op de pijlers van de werkgelegenheid van de provinciale economie, namelijk de clusters Bouw, Transport

& Logistiek en Zakelijke en Financiële dienstverlening. Zij vormen meer dan 60% van alle bedrijven.

2. Zet in op een realistisch, vraaggestuurd programma voor nieuwe bedrijventerreinen en kantoor- en winkellocaties en koppel dit aan een haalbaar herstructureringsprogramma.
3. Creëer letterlijk ruimte voor startende en kleine mkb-bedrijven.
4. Bestendig de landbouw als drager van het landelijke gebied.
5. Aanbestedingsbeleid: wij vragen van de provincie een inkoopbeleid en aanbestedingsbeleid waarbij nadrukkelijk rekening wordt gehouden met het regionale mkb. Zij verdienen een eerlijke kans om mee te dingen naar opdrachten van de provincie.
6. Wij verwachten van de provincie dat zij erop toeziet dat industriële bedrijven voldoende ruimte hebben om zich te vestigen en uit te breiden (met name categorie 3 bedrijven).
7. Pak de regisseursrol om te komen tot een betere mix van vraag en aanbod op de arbeidsmarkt, door gerichte dialoog met opleidingsinstituten en bedrijfsleven zodat onderwijsvernieuwing (vorm en inhoud) vraaggestuurd kan plaatsvinden.
8. Zet voldoende middelen in voor verbetering van de bereikbaarheid (auto en ov) en benutting van multimodale knooppunten voor goederenvervoer (onder andere Ring Utrecht, verbreding van de A27, verbeteren van de aansluiting A1/A30 en de brug bij Rhenen).
9. Duurzaamheid dient gekoppeld te worden aan innovatie en kostenbesparingen.
10. Minder regels en bureaucratie. ■



Op de huid van Ilco van der Linde

'Onverschilligheid is geen optie'

TEKST MART RIENSTRA FOTOGRAFIE MICHEL PORRO

MasterPeace is opgericht om het aantal gewapende conflicten in de wereld tegen te gaan. Een mooi streven. Maar als u om u heen kijkt, neemt dat aantal de laatste tijd juist toe...

Des te meer reden om in actie te komen, zou ik zeggen. En om mensen te mobiliseren die nieuwe conflicten proberen te voorkomen. Natuurlijk veroordeel en betreur ik al dat geweld, maar het ontmoedigt mij niet. Omdat ik ook de andere kant zie; een organisatie die elke dag met 1.000 mensen groeit. Bij hen, maar ook daarbuiten ervaar ik een verlangen naar een betere

wereld. En die komt er uitsluitend als wij dat sprankje hoop elke dag opnieuw water geven. Daarbij is onverschilligheid geen optie. In ieder geval niet voor mij.

Dat bespreken vindt vooral plaats door de inzet van ieders talent. Maar er is ook geld nodig om het doel van MasterPeace te bereiken.

Conflicten zijn uitsluitend te voorkomen als voldoende mensen zich daar voor inzetten. Bij de start van MasterPeace zei Desmond Tutu tegen mij: 'Wereldleiders kunnen dit niet alleen; we hebben de hele

wereld nodig'. Daarom proberen we met MasterPeace juist de civil society te mobiliseren: studenten, bedrijven, artiesten. Eigenlijk iedereen die mee wil werken aan vrede. Elke dag opnieuw, daarom is de instap laagdrempelig. Met een donatie alleen kom je er niet, hoe welkom deze vanzelfsprekend ook zijn.

Wat wilt u over vijf jaar bereikt hebben?

Concreet: in 2020 willen we 400.000 nieuwe *peacebuilders* hebben geworven, onze Nelson Mandela's. Volgens ons schuilt zo iemand namelijk in iedereen.



Op 21 september – de Internationale dag van de Vrede – organiseerde MasterPeace in 55 steden *all over the world* een concert om gewapende conflicten tegen te gaan. Grote initiator achter dit mondiale event is Ilco van der Linde. De 50-jarige sociaal entrepreneur oogstte eerder lof met projecten als de Bevrijdingspopfestivals en Dance4Life. Nu bindt hij vanuit het hoofdkantoor in Utrecht miljoenen mensen aan zijn organisatie om zich met eigen kracht en talent in te zetten voor vrede.

Het vereist echter lef om dit te tonen. Daarom stimuleren we dit gedrag wereldwijd, zodat elk land over vijf jaar zijn of haar eigen Nelson's heeft. Daarnaast verwacht ik binnen vijf jaar MasterPeace over te dragen aan een opvolger, zoals ik dat ook met de Bevrijdingsfestivals en Dance4Life heb gedaan. Op deze manier creëer ik ruimte voor een ander initiatief: het Mandela-huisje. Dit wordt een plek aan het IJ om mensen te helpen bij het stoppen van conflicten in hun dagelijks leven, maar ook bij het realiseren van hun dromen. Ook ga ik daar bedrijven ondersteunen bij het implementeren van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Wat is uw valkuil?

Ik ben gedreven, werk snel en veel. Af en toe word ik chagrijnig van mensen die niet in mijn tempo meedoen. Ten onrechte, vanzelfsprekend. Ik moet daarop letten en begrip tonen.

Wat is uw favoriete stad?

Haarlem. Ik ben daar geboren en getogen en ben er ooit met Bevrijdingspop begonnen. Een mooie stad, in meerdere opzichten. Maar voor Amsterdam heb ik ook een zwak.

Wat is uw grootste ergernis?

Dat we in een maatschappij leven waarin ondernemerschap en initiatief te weinig wordt gewaardeerd. De Nederlandse samenleving is verworden tot 'Doe nou maar gewoon, dan doe je al gek genoeg' en 'Alle neuzen moeten dezelfde kant op'. Elk oorspronkelijk idee of afwijkende mening kan hier stevast rekenen op een kritische blik en een cynische ondertoon.

Daarbij valt mij op dat deze toon steeds harder, directer en persoonlijker wordt. Vooral dat laatste vind ik verwerpelijk. Het demotiveert, want niemand heeft zin om op zo'n manier voor het voetlicht te treden.

Met wie zou u een beschuitje willen eten?

Jennifer Lopez. Na een wilde en heftige nacht, welteverstaan.

Waar bent u onlangs van geschrokken?

Van de onthoofdingen door IS. Tegelijkertijd schrik ik ook van de vingers die meteen richting de islam wijzen. Laten we niet vergeten dat wij – het Westen – daar ook een rol in hebben gespeeld, door decennialang een falend politiek beleid te voeren. Denk aan de inval in Irak, omdat daar massavernietigingswapens zouden zijn. Maar ook daarna hebben we fout op fout gestapeld. Het getuigt van kortzichtigheid om nu dit soort geweld uitsluitend toe te dichten aan radicale extremisten. 70% van alle wapens in de wereld worden verspreid door de VS, Europa en Rusland. Wij zorgen er dus ook voor dat ze daar wapens hebben.

Hoe ziet uw ideale zondagmiddag eruit?

Dan bezoek ik met vriend of dochter een wedstrijd van Ajax, drink ik daarna op de overwinning en ga ik lekker eten met mijn gezin. Wellicht sluit ik de dag nog af met een frisse duik.

Als u geen sociaal entrepreneur zou zijn geworden, wat dan wel?

Wellicht iets met politiek, ik was ten slotte ooit het jongste gemeenteraadslid

van Nederland. Tegelijkertijd wil ik graag iets doen en vooral ook: realiseren. Dat gaat meestal sneller langs de politiek dan in de politiek.

Wie is uw idool?

Nelson Mandela. Vanaf mijn dertiende, toen de hele wereld hem nog als crimineel beschouwde, liep ik al langs de huizen en verzamelde handtekeningen voor zijn vrijlating. Een inspirerend voorbeeld voor de gehele mensheid.

Wat maakt u gelukkig?

Dat zijn allereerst mijn vrouw en mijn drie dochters. Als ik in hun nabijheid verkeer, maakt het niet uit wat we doen, al besteed ik de hele middag aan het bereiden van een pan tomatensoep. Daarnaast ben ik graag in het water en duik veel. Dan zwem ik tussen haaien, dolfinnen en walvissen. Maar ik geniet ook van de kleine dingen, zoals een prachtige zonsondergang of luisteren naar muziek. Verder word ik blij van mijn werk, zeker als ik zie hoeveel mensen zich belangeloos willen inzetten voor een betere wereld en daar dus ook zo hevig naar verlangen. Die momenten koester ik. Zo herinner ik mij een concert van Kool & the Gang tijdens een van onze Racism Beat It-festivals. Opeens zongen 80.000 mensen 'Cherish the love we have' uit volle borst mee! Op dat moment kwamen saamhorigheid, kracht en positivisme samen. Dat ontroerde mij diep. Ik krijg er nu nog kippenvel van. ■

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

JURIDISCHE DIENSTVERLENING

DAAROM ADVISEREN WIJ
ONZE CLIENTEN PRO-ACTIEF,
BEGRIJPELIJK 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

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 2000 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

WE DO

RegusTM

*Deze advertentie geeft u 1 dag gratis toegang tot één van de Regus locaties in Nederland tot 31.01.2015, inclusief koffie/thee en wifi.

Zorgen om toenemende eisen social return

Gemeenten worstelen met mkb-vriendelijk aanbesteden

Gemeenten moeten in overleg met ondernemersorganisaties meer doen om hun aanbestedingspraktijk in lijn te brengen met het doel van de Aanbestedingswet die vorig jaar is ingegaan: betere kansen voor het mkb bij overheidsopdrachten. Belangrijke verbeterpunten zijn er op het gebied van transparantie, knellende social returneisen, administratieve lasten en verdergaande professionalisering. Dit concludeert MKB-Nederland op grond van de resultaten van een enquête die zij heeft uitgevoerd onder 200 gemeenten.

Nederlandse gemeenten geven jaarlijks 17 miljard euro uit aan aanbestedingen en inkoop. Hiermee zijn zij een belangrijke economische factor voor de lokale economie. Niet voor niets is lokaal mkb-vriendelijk aanbesteden een lobbypeerpunt van MKB-Nederland. De nieuwe Aanbestedingswet (april 2013) die het midden- en kleinbedrijf eerlijker kansen op opdrachten moet geven, heeft veel wijzigingen met zich meegebracht. Gemeenten hebben sindsdien goede stappen gezet maar er is nog veel werk te doen.

Social return werkt niet

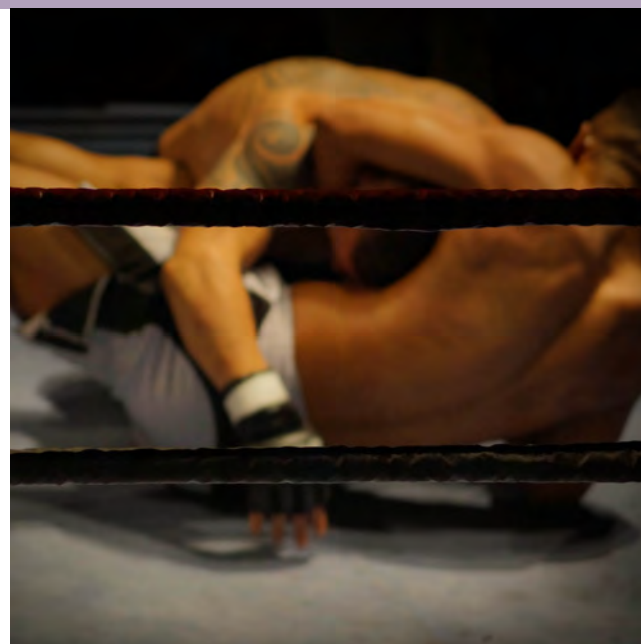
Driekwart van de gemeenten geeft aan, 'social return on investment' (SROI, aan het werk helpen van doelgroepen met afstand tot de arbeidsmarkt) als verplichting opgenomen te hebben in het aanbestedingsbeleid. Dat is een zorgelijke ontwikkeling, vindt MKB-Nederland. 'Gemeenten leggen zo'n verplichting vaak automatisch op, zonder te bedenken of de opdracht zich er wel voor leent,' zegt voorzitter Michaël van Straalen. 'Gekwalificeerd personeel moet plaatsmaken, want voor extra personeel ontbreekt het menig ondernemer aan financiën.

En na de opdracht vervallen mensen weer in de bijstand, als je al geschikte kandidaten hebt kunnen vinden. Personeel met de goede diploma's of vaardigheden is vaak niet te vinden. Het is weer een extra belemmering voor ondernemers om opdrachten binnen te halen, terwijl het doel niet wordt bereikt.'

Er zijn gemeenten die deels tegemoet komen aan de bezwaren door in overleg met het bedrijfsleven per project naar de beste vorm te zoeken. Helaas neemt de helft standaard in de bestekken een verplichting op dat 5 procent van de loon- of aanneemsom aan SROI moet worden besteed.

Transparante toegang

Bijna twee derde van de gemeenten geeft aan, als gevolg van de nieuwe wet de drempelbedragen voor aanbestedingen te hebben verhoogd. Dit is goed, want dat biedt het mkb meer kans op opdrachten. Onder de drempel mogen gemeenten opdrachten onderhands gunnen aan een bepaalde partij of een geselecteerde groep laten meedingen (enkelvoudig c.q. meervoudig onderhands aanbesteden). MKB-Nederland pleit ervoor dat gemeenten



meervoudig onderhandse aanbestedingen vooraf in de media publiceren. Ook niet-geselecteerde ondernemers kunnen zich dan melden als kandidaat. Opvallend is dat 80 procent van de gemeenten opdrachten nog niet openbaar publiceert, maar dat wel als optie onderzoekt.

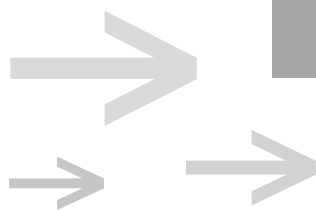
Overleg

Aandacht voor de lokale en regionale economie is belangrijk. MKB-Nederland is blij te zien dat gemeenten steeds vaker het overleg zoeken met branche- en lokale ondernemersverenigingen om het beleid af te stemmen (29 c.q. 64%). Over en weer is behoefte aan meer kennis over elkaar en de mogelijkheden die de wet biedt. De ondernemersorganisatie spoort gemeenten die dit nog niet doen aan, zo snel mogelijk het overleg op te starten om gezamenlijk beter invulling te geven aan de doelen van de Aanbestedingswet. ■

KANTOORRUIMTE
FULL SERVICE
VERGADEREN EVENTS
FLEXPLEKKEN

hetnieuwekantoor.com

Weg der Verenigde Naties 1, Utrecht



powered by **nsi**

HNK
U T R E C H T

NET GEOPEND!

UW VEILIGHEID ONZE ZORG

JBA SECURITY BV

FORNHESELAAN 124A

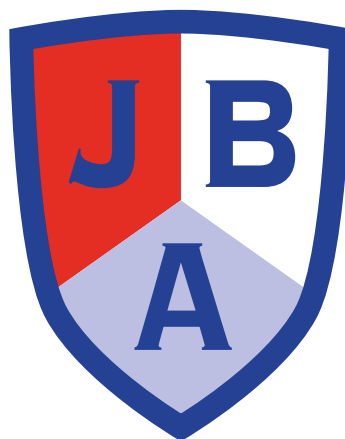
3734 GE DEN DOLDER

T: 030 225 30 31

F: 030 225 30 27

INFO@JBA-SECURITY.NL

WWW.JBA-SECURITY.NL



SECURITY

makro

Partner voor ondernemend Utrecht

Makro Nieuwegein

Laagraven 7 - 3439 LG Nieuwegein

Makro Vianen

Edisonweg 4 - 4131 PC Vianen

T 0900-2025300 - www.makro.nl

BPU en Michael Boogerd koersen naar 2015

Op woensdag 22 oktober heeft het Business Peloton Utrecht (BPU), samen met Michael Boogerd, het parcours van de Tour de France 2015 gepresenteerd in Het Muntgebouw, één van de indrukwekkendste Rijksmonumenten van Utrecht. Onder de genodigden bevonden zich onder andere BPU-deelnemers, gemeenteraadsleden, medewerkers van het projectbureau Tour de France Utrecht 2015 en Funding Partners.

In de ochtend heeft de ASO in Parijs het parcours van de Tour de France 2015 officieel bekendgemaakt. 's Avonds kwamen de gewaardeerde relaties van het BPU bijeen om het parcours met elkaar onder de loep te nemen. Eindelijk was daar het verlossende antwoord op de vraag die wielersporters de afgelopen tijd bezighield: Wat staat het peloton te wachten nadat ze Utrecht op 5 juli 2015 verlaten?

Michael Boogerd blikt vooruit

De bijzondere eer was aan Michael Boogerd, het gezicht van de Nederlandse wielersport, om de aanwezigen mee te nemen langs de vele cols, lastige klimmetjes en verraderlijke vlaktes. Waar moeten de renners straks op letten, wie zijn de echte kanshebbers? Boogerd gaf naast de beschouwing van het parcours een impressie van de impact die de Tour op Utrecht zal hebben. Ook een toelichting op de verschillende kansen voor wielersponsoring en de



Foto Marcel Koch

ambities van het Oranje Cycling Team kon niet ontbreken. Het opzetten van deze Nederlandse 'no-nonsense' wielploeg is een droom waar Boogerd sinds 2013 mee bezig is.

Breed scala aan activiteiten

De presentatie van het parcours is één van de vele activiteiten in aanloop naar de Tourstart in Utrecht. Het BPU heeft de handen ineengeslagen met het bestuur van Koninklijke Horeca Nederland afdeling Utrecht en HOST (Hoteloverleg Utrecht). Samen met de gemeente Utrecht proberen zij de Tourstart tot een ongekend succes te maken. Door de krachten te bundelen, ontstaat een sterke combinatie. Die biedt het bedrijfsleven met een breed scala aan activiteiten de mogelijkheid om zichzelf te profileren, een groot belang te dienen en de stad (inter)nationaal op de kaart te zetten. Niet alleen tijdens de vijf dagen rondom de Tourstart, maar vooral ook in de periode ervoor en erna. De backoffice van het

BPU fungeert sinds 1 september als stafbureau om alle initiatieven en ideeën te verzamelen, te ondersteunen, de juiste verbindingen te leggen en de effecten van activiteiten te vergroten. ■

**business
peloton
utrecht**

Wilt u zich aansluiten bij het BPU of een initiatief aandragen? Kijk dan voor meer informatie op www.businesspelotonutrecht.nl

Netwerk Utrecht2040 wil aantrekkelijke en duurzame provincie

'Succes als brandstof voor duurzame verandering'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE HANS KOKX

In Netwerk Utrecht2040 werken overheden, maatschappelijke organisaties en bedrijven samen aan een versnelling van duurzaamheid. 'Verandering kost tijd en vergt een lange adem,' weet voorzitter Joris Hogenboom. 'Tegelijkertijd zijn concrete resultaten op korte termijn nodig. Want succes motiveert. Het is de noodzakelijke brandstof op weg naar het uiteindelijke doel: een energieneutrale en klimaatbestendige provincie in 2040, met een goede kwaliteit van leven voor alle inwoners.'

De Natuur en Milieufederatie Utrecht (NMU) werkt al veertig jaar aan een provincie met een mooi landschap, rijke natuur en een schoon milieu. 'In de beginperiode waren we vooral bezig met agendasetting. Druk uitoefenen op overheden om een goed milieubeleid te voeren,' vertelt directeur Joris Hogenboom. 'Gaandeweg veranderde die rol. We nemen nu ook zelf initiatieven om verduurzaming te versnellen. De NMU fungeert als aanjager en ondersteunt organisaties die willen veranderen. Want steeds meer bedrijven en instellingen zien de noodzaak tot verduurzaming en de kansen die dit oplevert. Vaak hebben ze echter moeite om initiatieven door de eerste fase te brengen en tot een succes te maken. Daar helpen wij bij door het geven van advies en het verbinden van partijen.'

Stip aan de horizon

Hogenboom's voorzitterschap van Netwerk Utrecht2040 past naadloos in de activiteiten van de NMU. 'Dit samenwerkingsverband ontstond in 2009 op initiatief van Gedeputeerde Duurzaamheid Wouter de Jong. Het

ontbrak de provincie destijds aan een duurzaamheidsagenda. Daartoe is eerst de Staat van Utrecht opgesteld (zie kader, red.). Een inventarisatie, een foto als het ware, die de toestand van de provincie op het gebied van duurzaamheid in kaart bracht.'

'Economisch voordeel en verduurzaming kunnen hand in hand gaan'

Deze momentopname gaf inzicht in opgaven en kansen. 'Om hier samen aan te werken, is het Netwerk Utrecht2040 gevormd met partners uit overheid, bedrijfsleven, maatschappelijke en kennisorganisaties. NMU was daar één van. De ambities zijn gebundeld in een gezamenlijke stip aan horizon: in 2040 wil de provincie zowel energieneutraal als klimaatbestendig zijn. Niet langer

afhankelijk van fossiele brandstoffen door besparing en de inzet van duurzame energie. En voorbereid op het veranderende klimaat door versterkte dijken, meer ruimte voor rivieren en wateropvang voor piekmomenten. Maar ook met een innovatieve economie, een sterke natuur en mooi landschap. Een provincie waarin iedereen meetelt en het goed leven is. Hoge ambities dus! Door individuele inspanningen en samenwerking dragen partners van het netwerk bij aan de realisatie van deze doelen.'

Maximaal draagvlak

In 2011 lag in het nieuwe provinciale college de vraag voor, hoe verder te gaan met Netwerk Utrecht2040. Hogenboom maakte met vertegenwoordigers van een aantal andere partners deel uit van een kerngroep. 'Het belang en de kracht van het netwerk is zodanig dat wij besloten om door te gaan. De Provincie fungeert niet meer als trekker, wel als loyale en geëngageerde partner. Ik zie het als een logische ontwikkeling dat nu andere partijen hun verantwoordelijkheid nemen.' Een heroverweging na de doorstart luidde een nieuwe fase in, met Hogenboom als voorzitter. 'Bij duurzaamheid gaat het vaak om complexe opgaven. Verandering kost tijd en vergt een lange adem. Tegelijkertijd is concreet resultaat op korte termijn nodig. Succes motiveert; het is de noodzakelijke brandstof op weg naar het uiteindelijke doel. Daarom ligt de nadruk bij Netwerk Utrecht2040 nu op concrete onderwerpen die de 45 partners als opgave én als kans zien. Het eerste is vooral de insteek van overheden en maatschappelijke organi-



NIEUWE STAAT VAN UTRECHT

De Staat van Utrecht brengt de duurzame prestaties in de provincie in kaart. Niet alleen het milieu, ook aspecten als werkgelegenheid, economie en sociale cohesie komen hierin aan de orde. Na de nulmeting in 2008 en een vervolg twee jaar later is een nieuwe Staat van Utrecht opgesteld. Die wordt eind november gepresenteerd tijdens de najaarsbijeenkomst van Netwerk Utrecht2040. Joris Hogenboom licht alvast een tip van de sluier op. 'Utrecht doet het economisch goed. Er is relatief een lage werkloosheid, een hoge arbeidsproductiviteit en een hoog investeringsniveau in het bedrijfsleven. De kwaliteit van het voortgezet onderwijs blijft achter en er zijn relatief veel voortijdige schoolverlaters. De leefomgeving is nog niet op orde; met name de luchtkwaliteit moet beter en er wordt veel geluidhinder ervaren. Met de natuur gaat het in kleine stapjes weer iets beter, maar relatief ten opzichte van Nederland neemt de oppervlakte natuur maar langzaam toe. Het energiegebruik blijft hoog en wat betreft duurzame energieopwekking bungelt Utrecht onderaan.'

saties, kansen spreken meer aan bij het bedrijfsleven. Door die twee aspecten te combineren, is het draagvlak maximaal.'

Leren van ervaringen

Een van de sleutelthema's is de transformatie van leegstaand vastgoed. Om geslaagde initiatieven zichtbaar te maken, was transformatie in 2013 onderwerp van de Duurzaamheidsprijs die het netwerk jaarlijks uitreikt. Winnaar werd Jutphaas Wonen dat een kantoorgebouw met succes herontwikkelde tot appartementen. 'Door dit project een podium te geven, zijn andere initiatieven gestimuleerd. Ook konden zij de ervaringen van het winnende project gebruiken om hun eigen proces te versnellen.'

Thema voor de Duurzaamheidsprijs 2014 is energiebesparing. 'Deelname stond open voor initiatieven die het energieverbruik in bestaande woningen helpen terugdringen. Opnieuw een concreet onderwerp met grote economische impact. Onder de ruim dertig

aanmeldingen waren veel inspirerende voorbeelden waaruit vier genomineerden zijn gekozen. Eind november wordt de winnaar bekendgemaakt.'

Kansen blijven liggen

Het bedrijfsleven is een cruciale stakeholder voor Netwerk Utrecht2040. 'Een groep koplopers heeft al grote stappen gezet op het gebied van duurzaamheid. Vaak vanuit hun maatschappelijke verantwoordelijkheid en een intrinsieke motivatie,' weet Hogenboom. 'Veel bedrijven hebben echter de handen vol aan het runnen van hun dagelijkse business. Volstrekt begrijpelijk heeft verduurzaming dan geen prioriteit. Maar zij laten hierdoor wel kansen liggen. Duurzaamheid kan zorgen voor nieuwe producten en diensten en helpen om kosten te besparen.'

Zonnepanelencalculator

Om bedrijven tot concrete actie te bewegen, is het zaak de drempel zo

laag mogelijk te maken. 'Kijk naar zonnepanelen. Die kunnen voor veel bedrijven voordeel opleveren maar er komt het nodige bij kijken. Is plaatsing technisch haalbaar, hoe lever ik energie terug aan het net, is sprake van investeringsaftrek? Daarom heeft de NMU een Zonnepanelencalculator ontwikkeld (www.zonnepanelencalculator.nl). Die geeft na invoering van een aantal gegevens direct inzicht in de benodigde investering en terugverdientijd.'

Er zijn meer voorbeelden waarbij economisch voordeel en verduurzaming hand in hand gaan. 'Zoals energiebesparing door isolatie van woningen en alternatieve vormen van transport. Maar ook investeringen in de natuur bieden kansen. De overheid trekt zich op dit gebied steeds verder terug. Door groene projectontwikkeling kan de markt een rol spelen bij beheer en zelfs uitbreiding van natuur. Op dit moment zijn we hierover met een aantal partijen in gesprek.'



Joris Hogenboom: 'Het laatste wat je moet doen, is stoppen met het Energieakkoord.'

Vraagtekens bij Energieakkoord

Medio 2013 sloten ruim veertig organisaties een landelijk Energieakkoord voor duurzame groei. Het gaat om breed gedragen afspraken over energiebesparing, schone technologie en klimaatbeleid. Amper een jaar na dato zetten het Planbureau voor de Leefomgeving en Energieonderzoek Centrum Nederland grote vraagtekens bij een aantal belangrijke doelstellingen uit het akkoord. Zo lijkt het beoogde aandeel van 14 procent duurzame energie in 2020 nu al onhaalbaar.

Hogenboom heeft gemengde gevoelens bij deze conclusies. 'Het kost simpelweg tijd om substantiële vooruitgang te boeken. Als politicus zou ik daarom niet nerveus worden omdat na een jaar nog niet veel is bereikt. En het laatste wat je moet doen, is stoppen met het Energieakkoord. Dat is echt onzin.'

Utrechtse energieagenda

Wel roept de NMU-directeur op tot actie. 'Soms wordt gedacht dat met de ondertekening van zo'n akkoord het werk gedaan is. Maar dan begint het pas. Ook moet men zich goed realiseren dat een groot deel van de maatregelen lokaal en regionaal wordt uitgevoerd. Door bedrijven, corporaties en woningeigenaren.' Voor de zo noodzakelijke regionale vertaling van het Energieakkoord is volgens Hogenboom te weinig aandacht. 'Er zijn enorme kansen op kostenbesparing en investeringen in de regionale economie en werkgelegenheid. Nu geven we in Utrecht jaarlijks 2,5 miljard uit aan fossiele brandstof! Dat kunnen we ombuigen in duurzame energieopwekking, isolatie, schone voertuigen et cetera. Maar dat gaat niet vanzelf en vraagt om een krachtenbundeling. Daarom pleiten wij voor een Utrechtse energieagenda. Samen met onder meer de Economic

Board Utrecht willen we komen tot een pragmatische aanpak. Per deelonderwerp kijken wat goed gaat, wat beter kan en hoe we dat samen kunnen versnellen. Beginnen met het laaghangend fruit, thema's waar het snelst winst te halen is, en van daaruit verder gaan.'

De beoogde aanpak is gepresenteerd aan de gemeenten van de U-10 en de Statencommissie van de provincie. 'De reacties waren positief. We gaan nu om tafel om de aanpak verder uit te werken en te concretiseren. Daarbij is een belangrijke rol weggelegd voor het bedrijfsleven. Zo is de energieagenda een mooi voorbeeld van waar Utrecht2040 voor staat: doelen en partijen verbinden, om meer vaart te maken met innovaties voor een duurzame provincie.' ■

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

Lean & Duurzaam



www.vandenpol.com

SPORT & FITNESS MAGAZINE

Sport & Fitness Magazine is al 30 jaar het enige echte Nederlandse fitness magazine. Met recht een blad voor iedereen die gezonder, sterker en vitaler wil worden en blijven.

Prijs: € 4,49 (winkelprijs € 5,50)

Beschikbaar als: iOS en Android



SPANJE MAGAZINE

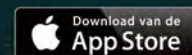
Voor iedereen die van Spanje houdt, met als uitgangspunt: 'la vida buena en España' – het goede leven in Spanje. Spanje Magazine staat vol met reportages, stedentrips, natuurritten en Spaans nieuws.

Prijs: € 3,59 (winkelprijs € 4,95)

Beschikbaar als: iOS en Android

magazine.nu

DE DIGITALE KIJK.



Rabobank verbindt met Samen Sterker Tour

Ondernemende zorgaanbieders houden Utrecht vitaal

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE HANS KOKX

Om ouderen zo lang mogelijk gezond en zelfstandig te houden, is ondernemerschap in en samenwerking tussen zorginstellingen en andere betrokken partijen een vereiste. Met het doel die organisaties te verbinden, organiseerde Rabobank Utrecht de Samen Sterker Tour. Bestuurders uit zorg, maatschappelijk veld en bedrijfsleven trokken een dag samen op. Zij kregen inzicht in inspirerende voorbeelden van onder meer het St. Antonius Ziekenhuis en het Bartholomeus Gasthuis.

Rabobank Utrecht organiseert jaarlijks de Samen Sterker Tour. 'Daarvoor nodigen wij vertegenwoordigers van organisaties en bedrijven uit rondom een specifiek vakgebied of thema,' zegt directievoorzitter Annemarie van den Berg. 'Met de spelersbus van FC Utrecht maken zij een rondrit door de regio. Op een aantal locaties verbinden wij zo ondernemende partijen in de zorg.' Thema van de Tour op 30 oktober was hoe de leefbaarheid en zorg voor ouderen kan worden verbeterd. 'Zorg heeft een grote impact voor de inwoners van Utrecht. Ook biedt de sector veel werkgelegenheid. Daarom is het belangrijk dat partijen uit de zorg en aanpalende gebieden elkaar ontmoeten. Om kennis uit te wisselen en samen nieuwe ontwikkelingen te starten.'

Waarom neemt een lokale bank een dergelijk initiatief? 'Als coöperatieve organisatie wil Rabobank Utrecht haar klanten, partners en het werkgebied sterker maken. Daartoe zetten wij kennis en netwerken in, en treden op als verbinder. De Samen Sterker Tour is hiervan een goed voorbeeld,' aldus van den Berg.

Kwetsbare groep

Tijdens de tour gaven regionale organisaties inzicht in hun activiteiten op het gebied van zorg en welzijn voor ouderen. Daaronder het St. Antonius Ziekenhuis, met vestigingen in Utrecht en Nieuwegein niet alleen een

belangrijke maar ook een ondernemende en innovatieve zorgaanbieder. 'Een groot en groeiend deel van onze patiënten is oud,' zegt zorgmanager Marieke van der Lans. 'Zij komen bovengemiddeld vaak in het ziekenhuis, veelal met verschillende aandoeningen. De impact van een ziekenhuisopname op ouderen is groot. Door de voor hen vreemde omgeving raken zij sneller verward. Om dit te voorkomen, worden ouderen met individuele voorlichting voorbereid op de opname en een operatie. Daarbij is een scherp oog voor hun kwetsbaarheid. Voor iedere kwetsbare oudere maken wij een plan op maat. Dat wordt in toenemende mate ondersteund door vrijwilligers. Zij wandelen met patiënten, maken een praatje of doen spelletjes.'

Mobiele teams

Het St. Antonius heeft een zogenaamd consultatief team ouderen gevormd. Dat ondersteunt kwetsbare patiënten die opgenomen zijn in het St. Antonius Ziekenhuis. Dit consultatief team werkt onder andere samen met ketenpartner Zorgspectrum, die op haar beurt mobiele teams heeft die ouderen thuis bezoeken, voor of na een ziekenhuisopname. Die flexibiliteit is cruciaal, verduidelijkt Jan de Waard. Hij is specialist Ouderengeneeskunde en werkzaam voor zowel Zorgspectrum als het St. Antonius Ziekenhuis. 'Het overgrote deel van de

ouderen woont thuis. Bij de ouderenzorg heeft de huisarts de regierol. Die kent patiënten vaak tientallen jaren en heeft een belangrijke signaalfunctie. Om kwetsbare ouderen in de thuissituatie te ondersteunen, zijn mobiele geriatrische teams gevormd. Die teams opereren in Houten, Nieuwegein en Vianen en bestaan uit een dokter, psycholoog en een casemanager. De ondersteuning van ouderen wordt door deze teams indien nodig ook na een ziekenhuisopname voortgezet, op de herstelafdeling, in een verzorgingstehuis of thuis. Deze teams bestaan ook in andere delen van de regio Utrecht. In de regionale keten werken we dus nauw met elkaar samen.'

Zorgeloos oud

Waar het St. Antonius primair te maken heeft met zieke ouderen zijn de inspanningen van het Bartholomeus Gasthuis erop gericht om met innovatieve, ondernemende initiatieven ouderen zo lang mogelijk gezond te houden. 'Wij willen dat mensen zorgeloos oud worden,' zegt directeur Willy van Egdom. Al sinds 1407 verleent het gasthuis in de Utrechtse binnenstad zorg aan stadgenoten. Dat gebeurt sinds kort op een baanbrekende manier. 'Het traditionele verzorgingstehuis verdwijnt en dat zorgt voor onzekerheid bij een grote groep ouderen. Door het gesprek aan te gaan over hun behoeftes en wensen kreeg langzamerhand het idee vorm voor een Huis in de Wijk. Een plek met naast zorggerelateerde huisvesting ook allerlei faciliteiten en diensten waardoor ouderen zo lang mogelijk thuis kunnen blijven wonen.'

Keten onder één dak

Gaandeweg raakten steeds meer stakeholders enthousiast over de ideeën van Van Egdom. 'Onze Raad van Toezicht gaf in 2008 groen



Marieke van der Lans, Jan de Waard, Annemarie van den Berg en Willy van Egdom: inspirerend ondernemerschap in de zorg.

licht voor de ingrijpende verbouwing die nodig was voor het Huis in de Wijk. De hele keten van welzijn, wonen en zorg is nu onder één dak verzameld. Hiermee richten wij ons op een veel breder publiek dan voorheen.' Het Bartholomeus Gasthuis beschikt over tien appartementen in het woonzorgcentrum, zes groepswoningen met 57 appartementen voor verpleging van psychogeriatrische cliënten plus twaalf servicewoningen. Ook is er een zorghotel. 'Onderscheidend kenmerk van de nieuwe opzet is het brede palet aan voorzieningen en diensten. Denk aan een brasserie, zalen, fitness, kapper en pedicure. Er is zelfs een rouwcentrum. Zie het als een verzameling winkels met een gevarieerd aanbod, vooral bedoeld voor binnenstadbewoners.' Het Huis in de Wijk organiseert ook dagelijks workshops, activiteiten of optredens. Zoals onlangs van het kleinoperakoor Wilhelminapark. Rabobank is sponsor van het koor en bracht beide partijen samen. Zo draagt de bank bij aan een leefbaar Utrecht.

Sociaal en ondernemend

Het nieuwe concept is een schot in de roos. 'Steeds meer ouderen weten ons te vinden. Niet alleen uit Utrecht, ook uit omliggende plaatsen.' Een voorziening met zo'n uitgebreid aanbod als het Huis in de Wijk bestond nog niet. 'Op veel gebieden hebben we zelf het wiel moeten uitvinden. De mix van zorg en

commerciële functies is lastig te realiseren, maar wel cruciaal. Inkomsten uit commerciële diensten vormen al een derde van ons totale budget. Hiermee worden andere voorzieningen gratis of voor een laag bedrag aangeboden. Wij kunnen dus sociaal zijn doordat we tegelijkertijd ondernemen. En dat is in de zorg allesbehalve gebruikelijk.' Ondernemerschap en zorg gaan niet vanzelfsprekend samen, weet ook Jan de Waard. 'Voor velen uit ons vak heeft ondernemen een negatieve associatie. Daar komt nu langzaam verandering in.' Volgens Marieke van der Lans kunnen aspecten van ondernemerschap juist van grote waarde zijn. 'Bijvoorbeeld als het gaat om een doelgroepgerichte aanpak. Ouderenzorg werd vroeger gezien als één geheel. Nu is steeds vaker sprake van een op maat gesneden benadering van een groep patiënten. Onze ondersteuning van kwetsbare ouderen is hier een voorbeeld van.'

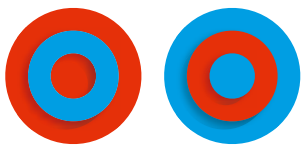
Initiatieven ontsluiten

De naam Samen Sterker Tour is door Rabobank niet voor niets gekozen. Hoe staat het met de samenwerking tussen partijen in de zorg? De Waard: 'De problematiek is complex. Het is daarom een voorwaarde dat wij elkaar goed weten te vinden. Of dat lukt, hangt af van veel factoren. Bestaande structuren en belangen kunnen belemmerend werken. Verder blijkt dat grote organisaties soms minder snel

in beweging komen. Kleinschalige spelers zijn vaak slagvaardiger.' Ook Marieke van der Lans benadrukt de noodzaak tot samenwerking. 'Omdat het netwerk in de zorg zo versnipperd is, bestaat het gevaar dat mensen en initiatieven tussen wal en schip raken. We moeten elkaar goed blijven vinden en samen de ketenzorg blijven verbeteren. Ook is het belangrijk om succesvolle initiatieven beter te ontsluiten. De Tour van de Rabobank helpt daarbij.'

Dynamiek geeft energie

Het Huis in de Wijk is zo'n succesvol initiatief. 'Naast met zorgpartijen en huisartsen werken wij samen met bijna vijftig andere partners,' aldus Willy van Egdom. 'Variërend van een dansschool, Alzheimer Nederland tot de zzp'er die onze kapsalon runt. Deze dynamiek inspireert en geeft energie.' Datzelfde beoogt Rabobank Utrecht met haar initiatieven in de zorg, zoals het ondersteunen van medische starters bij Utrecht Inc, de Incubator en het beschikbaar stellen van cijfers en trends via de Rabo kennis-app. 'Met de Samen Sterker Tour gaan we nog een stap verder,' zegt Annemarie van den Berg. 'Ambitie is om als spin-off van het evenement minimaal één maar liefst meer concrete initiatieven van de grond te krijgen die ondernemerschap en samenwerking in de zorg stimuleren en Utrecht vitaal houden. Ik heb alle vertrouwen dat we daarin slagen.' ■



2 in beweging



Kriebels in je buik. Een gevoel van verlangen.

Als een blok vallen voor een woning! Dat is: Verliefd op een Dudok-woning. Onze marketingcampagne in de Hilversumse Bloemenbuurt heeft het concept, de emotie en de resultaten om heel erg enthousiast van te worden.

Daar staan wij – opdrachtgever Dudok Wonen en 2 in beweging – niet alleen in. Ook de jury van de Dutch PR Awards hebben we in het hart geraakt. Het zal ons niet verbazen dat ook bij u de vonk overslaat.

Uw eerste telefoontje kan het begin zijn van iets moois...

wij zijn 2 in beweging
wie bent u?



T 030 254 50 00 | info@2inbeweging.nl | www.2inbeweging.nl

BUSINESS FLITSEN



OPTIEKCENTRUM NAAR HOUTEN

In Houten komt een Optiekcentrum. De branchevereniging voor optiekondernemers in Nederland (NUVO) kocht hiervoor het voormalige Aluminiumcentrum aan. Dit zal gebruikt worden als centrale ontmoetingsplek om kennis te delen, te vergaderen en optiekevenementen te organiseren. Het markante gebouw aan de Voorveste kwam na een uitvoerige oriëntatie als meest geschikte optie uit de bus. Het pand dat het nieuwe Optiekcentrum gaat herbergen werd in 2001 gebouwd voor de branchevereniging van de aluminiumindustrie. Het was het visitekaartje van de sector en dat is aan de architectuur af te zien. Verder is het gebouw energiezuinig en onderhoudsarm. De oorspronkelijke gebruiker ging in 2012 failliet. Daardoor kwam het markante gebouw binnen het bereik van de NUVO. 'Voor de branche is Het Optiekcentrum een lot uit de loterij,' zegt NUVO-voorzitter Marc Asselbergs. 'Verschillende organisaties in de optiekbranche hebben al aangegeven er gebruik van te gaan maken. Er zullen cursussen worden gegeven en regionale themabijeenkomsten plaatsvinden. Ook komt er een praktijklokaal voor optiekstudenten.'

BOL.COM KIEST VOOR PAPENDORP

Bol.com sloot een huurovereenkomst voor circa 18.000 m² kantoorruimte in WTC Papendorp. Het bedrijf huurt twee van de zes gebouwen, een vergadercentrum en een restaurant. Op de huidige locatie aan de Keulsekade was verdere ontwikkeling van de succesvolle webwinkel niet mogelijk. Vastgoedadviseur JLL ondersteunde bol.com bij de zoektocht naar nieuwe huisvesting. 'Een geweldige opdracht voor ons kantoor in Utrecht,' meldt Olaf Vogelaar, directeur JLL agency Utrecht. 'Het is gelukt om

voor bol.com een pand te vinden dat aansluit bij de manier van werken van een van de meest aansprekende bedrijven in Nederland. Bol.com kan in de komende jaren zonder belemmering verder groeien op deze nieuwe locatie.' De kantoorruimte in WTC Papendorp wordt casco opgeleverd. Tétris Design & Build, dochterorganisatie van JLL, is door bol.com ingeschakeld voor de inrichting van het complex. De verhuizing staat gepland voor eind dit jaar.



VELDKAMP NAAR VALAD EUROPE

Valad Europe, investment manager in multi-et kantoor- en bedrijfsruimte, heeft Marcel Veldkamp benoemd tot lid van het Nederlandse asset management team. Veldkamp wordt verantwoordelijk voor het beheer van objecten in Utrecht en in het oosten van Nederland. Hij rapporteert aan Richard de Hartigh, hoofd asset

management voor de Benelux. Veldkamp voltooide een bacheloropleiding in management, economie en recht en heeft twaalf jaar asset management ervaring. De afgelopen drie jaar was hij manager verhuur bij een beursgenoteerde vastgoedonderneming. Daarvoor werkte Veldkamp vier jaar als portfoliomanager bij

VastNed Offices/Industrial in Rotterdam. Valad Europe heeft een team van 19 mensen in de regio Benelux. Vanuit kantoren in Amsterdam en Luxemburg worden 60 objecten met in totaal 400 gebruikers beheerd. Het beheerd vermogen bedraagt 270 miljoen euro.

Utrechts centrum voor leven met kanker gaat de markt op

Cabane wil niet alleen meer de hand ophouden

TEKST ARNOUD CORNELISSEN

Cabane, het Utrechtse centrum voor leven met kanker, wil niet langer alleen afhankelijk zijn van giften, fondsen en subsidies. Het centrum wil de begeleidingsprogramma's betaald aanbieden aan ondernemingen en verzekeraars. De Slinger Utrecht organiseerde een brainstormsessie met bedrijfsadviseur Nononsancy uit Utrecht en verzekeraar Achmea om met Cabane de weg naar de markt te ontdekken.

'De programma's van Cabane zijn mooie producten die we graag in de markt willen zetten,' aldus directeur Marleen van de Wouw. 'Dankzij deze programma's maken patiënten minder lang gebruik van zorg. Werknemers krijgen begeleiding waardoor hun ziekteverzuim kan worden bekort en hun re-integratie op de werkvloer kan worden bespoedigd. Met het geld dat zo wordt verdiend, financiert Cabane straks andere activiteiten als middagen voor kinderen of inloopochtenden voor kankerpatiënten.' Cabane wil zo een nieuwe maar vooral ook geregelde bron van inkomsten aanboren. 'Belangrijker vind ik nog dat we zo ook een wederkerigheid opbouwen. We houden onze hand niet op, maar leveren een dienst waarvoor we worden betaald.'

Nieuwe energie

Volgens Van de Wouw is bij veel werkgevers behoefte aan de expertise van Cabane.



Marleen van de Wouw: 'We houden onze hand niet op maar leveren een dienst waarvoor we worden betaald.'

'Het is voor de meesten in eerste instantie een schok als ze horen dat een van de werknemers kanker heeft. Hoe moet je daar mee omgaan? Sommige patiënten werken in eerste instantie gewoon door en storten na verloop van tijd alsnog in. Anderen willen wel werken, maar gaan zo gebukt onder de impact van de ziekte dat ze dat niet meer kunnen. En als na verloop van tijd het hele proces achter de rug is, komen ze weer terug op de werkvloer. Maar hoe moet je als werkgever omgaan met mensen die niet meer kunnen wat ze eerst konden? We zien in de praktijk dat een kwart van deze mensen na twee jaar alsnog hun baan kwijtraakt wegens disfunctioneren. Wij bieden hen een programma om de draad weer op te pakken. Wij geven nieuwe energie, stellen ze voor de vraag wat ze met hun leven willen en wat ze er aan gaan doen. Er zijn er overigens genoeg die besluiten eindelijk hun droom waar te maken of voor zichzelf beginnen.'

Primeur

Cabane is voor zover bekend de eerste stichting die zijn coachings- en begeleidingsprogramma's voor mensen met kanker en hun omgeving commercieel wil aanbie-

den. 'Veel zusterstichtingen hebben nauwe banden met werkgevers en betrekken hen bij hun activiteiten. Maar zij financieren die nog steeds met giften. Wij zijn waarschijnlijk de eerste die met het idee komt dat onze programma's een product zijn waarvoor betaald moet worden. Inderdaad heeft marktwerking in de zorg een nare bijklank gekregen. Maar Cabane blijft in eerste instantie een stichting die zich wil inzetten voor mensen die met kanker moeten leven. Het vermarkten van onze programma's is alleen maar een manier om die taak te financieren. En zo moet het ook blijven.'

Sponsorschaatsmarathon

Cabane steunen kan binnenkort op een heel leuke manier. Op 13 november vindt op de Vechtsebanen een sponsorschaatsmarathon plaats. Cabane daagt alle Utrechtse ondernemingen uit bedrijfsteams te vormen. Het centrum hoopt op dertig teams van zowel ondernemingen en particulieren die elk 1.250 euro bijeen schaatsen. Stuur voor informatie en aanmeldingen een e-mail naar info@centrumcabane.nl o.v.v. 'Schaatsevenement' of kijk op www.centrumcabane.nl. ■

PINC.16

uniek ■ inspiratie ■ achtbaan
voor de geest ■ 16 sprekers ■
hand-made conference ■

posimistisch ■ magic ■ curious
people ■ aandacht voor details
■ creativiteits-conferentie ■

ideeëndouche ■ 7 intermezzo's
■ 19 mei 2015 ■ www.pinc.nl

BOEi maakt herbestemming mogelijk

Nieuwe toekomst voor industrieel erfgoed

TEKST SOFIE FEST FOTOGRAFIE BOEI/JAN VAN DALEN

De Nationale maatschappij tot Behoud, Ontwikkeling en Exploitatie van Industrieel Erfgoed (BOEi) werd in de tweede helft van de jaren 90 opgericht. Zij moest toen aan de slag met de vele fabrieksgebouwen die in groten getale werden verlaten. 'De monumentenzorg hield zich lange tijd enkel bezig met kastelen en woonhuizen. Langzaam kwam daar een nieuwe categorie van fabrieksgebouwen uit de periode 1880-1940 bij, variërend van pakhuizen tot maalderijen en remises,' vertelt Boon. 'In Amsterdam werden al sporadisch panden zoals pakhuizen herbestemd tot woonruimte, onder andere geïnspireerd door steden zoals Parijs en Londen en door de kraakbeweging. Andere gemeenten wisten zich echter niet goed raad met dit industriële

erfgoed en gaven de voorkeur aan sloop. BOEi moest dit mede voorkomen door de monumentale gebouwen te restaureren en te herbestemmen.'

Meerdere inkomstenstromen

Inmiddels heeft BOEi zo'n vijftig locaties in eigen portefeuille die met behulp van onder andere fondsen en subsidies zijn aangekocht, gerestaureerd en op meerdere manieren worden geëxploiteerd. 'Welke functie een dergelijk gebouw uiteindelijk krijgt, hangt sterk af van het type gebouw, de kwaliteiten en hoe die gecombineerd kunnen worden met de markt en de omgeving.' Vaak wordt bewust gekozen voor een combinatie van functies. Dat zorgt voor meerdere inkomstenstromen waarmee

de risico's van een wegvallende huurder worden gespreid. In een aantal van de gebouwen zijn naar gelang de behoefte van de markt ook kantoor- en vergaderruimtes ondergebracht.

Exclusieve locaties

De reeds herbestemde gebouwen zijn niet de enige locaties waar het bedrijfsleven volgens Boon terecht kan. 'Veel van onze gebouwen zijn meerjarenprojecten waarbij flink wat tijd zit tussen de restauratie en de daadwerkelijke herbestemming. In de periode dat deze panden leegstaan, vormen zij een bijzondere en exclusieve locatie voor zakelijke bijeenkomsten. De Wagenmakerij bij Venlo werd bijvoorbeeld als pop-up restaurant ingezet.' Dit gebouw dateert uit 1890 werd tot 1969 gebruikt door het spoorwagennet voor de huisvesting van werkplaatsen en onderhoudsbedrijven. Bij de restauratie zijn de sporen van de geschiedenis van het pand, zoals het patina van de bakstenen en de schade die in oorlogsjaren is opgelopen, bewust behouden. Volgens Boon wordt die werkwijze bij elke locatie op alle punten waar dit mogelijk is toegepast. 'Het gaat vaak om iconen waar velen een speciale band mee hebben. En een bijzonder gebouw doet wat met mensen. Als een evenementenlocatie indruk maakt, heb je bijvoorbeeld al de helft van je bijeenkomst neergezet en praten gasten er een jaar later nog over. Een kantoorruimte in een monumentaal of juist industrieel pand draagt zeker bij aan het imago van een bedrijf.'

Beeldbepalend

Prominent actueel voorbeeld van de betrokkenheid van BOEi is de



Wethouder Victor Everhardt, Arno Boon (BOEi) en gedeputeerde Mariette Pennarts bij de officiële opening van de Cereolfabriek.



Iedereen kent ze: fabriekspanden en andere gebouwen uit het industriële tijdperk die vroeger intensief gebruikt werden, maar nu door leegstand in hun voorbestaan worden bedreigd. Om te voorkomen dat deze karakteristieke objecten verdwijnen, is herbestemmen vaak de enige optie. In sommige gevallen worden de panden dan ook toegankelijk voor het bedrijfsleven. Zoals de evenementenbranche. 'Die weet als geen ander wat een bijzonder gebouw doet met mensen,' aldus Arno Boon, directeur van BOEi. Deze non-profitorganisatie houdt zich als investeerder onder andere bezig met het behoud van industrieel erfgoed. Prominent actueel voorbeeld: de Cereolfabriek in Utrecht.



Cereolfabriek in Utrecht. De voormalige olie- en lijnkoekenfabriek kende een roerige geschiedenis. In 1908 als coöperatie opgericht was het complex bijna een eeuw lang beeldbepalend voor de Utrechtse bedrijvigheid aan het Merwedekanaal. De coöperatie ging in 1973 failliet en de fabriek kwam in buitenlandse handen. Vanaf dat moment maakte het lijnzaad plaats voor soja. In de jaren 90 bleek de fabriek niet meer passend in een woonwijk; de overlast werd te groot. De gemeente sloot de Cereolfabriek in 2001 en spande zich daarna met provincie, omwonenden en toekomstige huurders in om het markante complex nieuw leven in te blazen. In 2008 woedde een brand waarbij alleen de monumentale gevels gespaard bleven.

Kloppend hart

BOEi werkte vanaf 2006 aan de herbestemming en is sinds 2011 eigenaar van de Cereolfabriek. Een jaar later startte de restauratie van het gehavende gebouw. Die is nu in nauwe samenwerking met de gemeente Utrecht en de gebruikers voltooid. Op 26 september vond de opening van het vernieuwde complex plaats. Arno Boon, wethouder Victor Everhardt en gedeputeerde Mariette Pennarts onthulden een tegeltableau met daarop de originele naam van het complex. Wat ooit een stinkende fabriek was, vormt nu het kloppende hart van Utrecht-West. Dat herbergt een basisschool met BSO, een bibliotheek, restaurant Buurten en bedrijven. Ook biedt de Cereolfabriek plaats aan een gymzaal, kunstcentrum Het Wilde Westen met een theater, een

kantine en ateliers die door wijkbewoners met kunst- en sportactiviteiten gevuld worden.

Boerderijen en kerken

De ontwikkelingen rondom de leegstand van erfgoed staan niet stil. Na de aanpak van het industriële erfgoed dienen zich nu twee nieuwe categorieën aan waar BOEi zich eveneens over buigt. Boon: 'Sinds dertig jaar neemt het aantal boeren in Nederland af waardoor steeds meer boerderijen leeg komen te staan. Verder zie je een scherp stijgende lijn in de leegstand van kerk- en kloostergebouwen. In 2010 startte BOEi haar eerste kerkproject met de Clemenskerk in Hilversum uit het begin van de twintigste eeuw. Maar ook voor kerken zoals die in Sint Anna ter Muiden waarvan de oudste delen uit de veertiende eeuw stammen, moeten in de toekomst nieuwe bestemmingen worden gezocht.'

Geschiedenis herleeft

Hoewel bij het herbestemmen van monumentale gebouwen niet altijd maximaal rekening kan worden gehouden met de authenticiteit van het pand, blijven dankzij de werkwijze van BOEi wel de beleving van de ruimte en de verhalen erachter bewaard. 'Het gaat erom dat mensen te weten komen waarom een bepaald gebouw daar staat en wat het belang ervan is. Dit proberen wij bij onze eigen panden te stimuleren door middel van achtergrondverhalen op de website meerhierover.nl en het aanbieden van QR-codes bij de locaties zelf,' aldus Boon. 'Daarmee laat je de geschiedenis letterlijk en figuurlijk herleven.' ■

60.000 artikelen onder één dak bij Makro

Partner voor ondernemend Utrecht

De naamsbekendheid van Makro is enorm. 'Maar nog niet iedereen weet wat wij allemaal te bieden hebben als het gaat om assortiment en service. Die ondernemers zijn van harte welkom om te ervaren wat Makro tot dé inkooppartner van zakelijk Utrecht maakt.' De vestigingen in Nieuwegein en Vianen bieden one stop shopping in optima forma. Zeven dagen per week geopend, met een assortiment van 60.000 producten onder één dak.

Met een zelfbedieningsgroothandel voor professionele klanten had Makro in 1968 in Amsterdam de Nederlandse primeur. Anno 2014 zijn er 17 vestigingen en een steeds drukker bezochte online winkel. Makro maakt deel uit van het Metro-concern, een van de grootste retailorganisaties ter wereld.

Alles onder één dak

Twee van de 17 Makro-vestigingen staan in Midden-Nederland, in Vianen en Nieuwegein. 'Makro richt zich op organisaties en personen die zijn ingeschreven bij de Kamer van Koophandel,' vertelt Stephan Bieze, vestigingsmanager in Nieuwegein. 'Al deze klanten bieden wij een meer dan compleet assortiment food en non-food met maar liefst 60.000 producten.'

MARKTLEIDER IN KERSTPAKKETTEN

Kerstpakketten zijn op dit moment een prominent aanwezig in de Makro-vestigingen. 'Wij zijn al jarenlang marktleider in kerst- en eindejaars-geschenken,' weet Bieze. Welke trends vallen daarbij op? 'De nadruk ligt steeds meer op food, op bruikbare producten.' De Makro-huisselectie-pakketten zijn te vinden in beide vestigingen. Vianen heeft een speciale showroom waar klanten een kerstpakket op maat kunnen samenstellen.

METAMORFOSE MAKRO VIANEN

Makro Vianen opende 15 oktober de deuren van de geheel vernieuwde vestiging. Na een ingrijpende verbouwing is de indeling nog overzichtelijker geworden. 'De producten zijn gerangschikt naar oplossingen,' vertelt Mark Pieters. 'Bijvoorbeeld alles op het gebied van koffie bij elkaar, zowel food als non-food. Kantoor- en mediaproducten worden samen gepresenteerd, net als het assortiment op het gebied van kitchen, cooking en dining.' Vianen is het visitekaartje van Makro-nieuwe stijl. 'Inkopen is nu nog efficiënter en inspirender.'

'Die tref je bij ons allemaal onder één dak,' zegt Mark Pieters, manager Makro Vianen. 'Optimaal bereikbaar, met gratis parkeer-gelegenheid en via één afrekenmoment. Overzichtelijk verwerkt op één factuur.'

Paradijs

Makro biedt hiermee one stop shopping in optima forma. 'Het enorme aanbod is een van onze onderscheidende kenmerken. Met bijvoorbeeld de foodafdeling als paradijs voor professionals en andere liefhebbers van lekker eten en drinken. Zo zijn er 700 verschillende wijnen, plus een afzonderlijk horeca-assortiment.' De vleesafdeling heeft – onder meer – rundvlees uit tien verschillende landen. Ook onderscheidt de Makro zich met een grote, professionele verse visafdeling. Het non-food assortiment is eveneens indrukwekkend. 'Wat dacht je van 160 soorten koekenpannen?'

Persoonlijke aandacht

Het aanbod van beide Makro-vestigingen is vrijwel identiek. 'Dat in Nieuwegein is iets minder uitgebreid, met name in non-food,' verduidelijkt Bieze. 'Verder hebben wij net als Vianen 300 soorten kaas, alleen zonder bediening. Ook beschikt Vianen over een bewerkingsafdeling voor vlees. Dat wordt naar wens gesneden, geportioneerd en gevacumeerd.'

De adviesrol van de Makro-vakspecialisten wordt zeer gewaardeerd. 'Zij hebben hart voor en verstand van hun producten. Ook kennen zij de klant, diens behoeftes en voorkeuren. Dus als iets speciaals binnenkomt, is een telefoontje om een vaste klant hierop



Mark Pieters en Stephan Bieze: 'Kom ervaren wat Makro tot dé inkooppartner van zakelijk Utrecht maakt.'

attent te maken snel gepleegd.' Deze persoonlijke aandacht zie je ook terug bij de chauffeurs van Makro. 'Onze bezorgdienst is voor veel klanten een uitkomst. In het centrum van Utrecht leveren we de horeca zelfs met de bierboot. Heel efficiënt en beter voor het milieu.'

Tijdwinst

De klanten van Makro zijn net zo divers als het assortiment. 'Van horecabedrijven tot advocaten; van tandartsen tot vertegenwoordigers van (sport)verenigingen en stichtingen, allemaal zijn ze klant.' Want de voordelen zijn evident, of het nu gaat om grootverbruikers of zzp'ers. 'Die vinden bij ons zowel kopieerpapier, koffiezetapparaten als schoonmaakartikelen. Alles verzameld onder één dak, waardoor zij efficiënt kunnen inkopen. Dat is belangrijk voor elke ondernemer. Immers, tijdwinst is ook winst.'

Tap werkt weer

Om het klanten zo gemakkelijk mogelijk te maken, zijn de Makro-vestigingen zeven dagen per week open. Maandag tot en met vrijdag van 9.00 tot 22.00 uur, zaterdag van 9.00 tot 18.00 uur en zondag van 12.00 tot 17.00 uur. Voor horeca en professionele inkopers gaan de deuren door de week al om zeven uur s' ochtends open. 'En als het nodig is, kunnen we snel schakelen. Dus als een voetbalvereniging zondags tijdens de wedstrijd merkt dat er problemen zijn met de biervoorraad is één telefoontje voldoende. Wij zorgen ervoor dat de tap nog voor het laatste fluitsignaal weer werkt.'

Acht autominuten

Onlangs was een gecombineerd team van Makro-medewerkers uit Nieuwegein en Vianen te vinden in de Utrechtse binnenstad. Daar maakten zij (potentiële) relaties attent op het aanbod en de dienstverlening voor de horeca. 'Het is maar één voorbeeld van de nauwe samenwerking tussen beide vestigingen,' verduidelijkt Pieters. 'Wij zijn amper acht autominuten van elkaar verwijderd. Ons marktgebied overlapt deels en waar mogelijk trekken we samen op. Dat gaat van de uitwisseling van personeel en producten tot een collectieve deelname aan evenementen als het horeca beachvolleytoernooi.'

Veel te bieden

De gezamenlijke marktwerking wordt de komende periode verder geïntensiveerd. 'De naamsbekendheid van Makro is enorm; vrijwel iedereen kent ons. Maar nog niet iedereen weet wat wij allemaal te bieden hebben als het gaat om assortiment en service. Daarom nodigen wij ondernemers van harte uit om te ervaren wat Makro tot dé inkooppartner van zakelijk Utrecht maakt. In de vernieuwde vestiging in Vianen of de vertrouwde omgeving van Nieuwegein.' ■

Makro Nieuwegein
Laagraven 7
3439 LG Nieuwegein

T 0900-2025300

Makro Vianen
Edisonweg 4
4131 PC Vianen

www.makro.nl

FC Utrecht Business faciliteert ontmoetingen

Voetbal als bindmiddel

De businessclub van FC Utrecht faciliteert ontmoetingen tussen een groot aantal organisaties, van zzp'ers en mkb tot multinationals. Voetbal is hierbij het bindmiddel, de bijbehorende emotie een onderscheidend kenmerk. Drie leden geven inzicht in de kracht van het bijzondere netwerk.

‘Ons bedrijf was jarenlang lid van de businessclub,’ zegt Brenda de Kroon, salesmanager van De Kroon Facilitaire Diensten. ‘Na een korte pauze hebben we ons vorig seizoen opnieuw aangesloten, nu met twee business-seats. Voor gasten bestellen we extra stoelen.’

Brenda de Kroon is een echte voetbalfan. ‘In het stadion beleef je een wedstrijd compleet anders dan thuis op de bank. De spanning, maar ook de onderlinge verbondenheid zorgen ervoor dat ik telkens met veel plezier naar de businessclub ga. Hier kan ik iets waar ik enthousiast over ben combineren met het leggen van zakelijke contacten. Als lid introduceer je bijvoorbeeld over en weer elkaars relaties; zo bouw je je netwerk verder uit.’ Dat levert ook concrete opdrachten op. ‘In ons geval bijvoorbeeld voor groenonderhoud en zonwering, eveneens activiteiten van De Kroon.’

Van Bunnikside naar business

Annemarie Kaemingk heeft voor het tweede seizoen logeplaatsen bij FC Utrecht. ‘De club zit in mijn hart. Vroeger was ik altijd op de Bunnikside te vinden. Toen



ik op een zakelijke manier bij FC Utrecht betrokken raakte, werden we lid van de businessclub.’ Dat bevalt uitstekend. ‘Vooraf gezellig een hapje eten, dan lekker voetbal kijken. Vaak blijven we na afloop nog even hangen. Het is een echt familie-uitje; ook onze kinderen gaan regelmatig mee.’ De leden van de businessclub hebben uiteraard veelal een zakelijke achtergrond. ‘Maar ook als privépersonen voelen wij ons prima thuis. Wat iedereen bindt, is de club. Wel is het jammer dat op de business-tribune minder gezongen wordt dan op de Bunnikside,’ lacht Kaemingk. FC Utrecht is volgens haar op de goede weg. ‘Zakelijk, maar ook qua spelopvatting. Het voetbal is dit seizoen een stuk attractiever. Dat merk je aan de sfeer in het stadion.’

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

Edwin Meerbeek vertegenwoordigt Ascom Nederland in de Offshore Business Lounge, een van de succesvolle thematische skyboxen van FC Utrecht. ‘Ascom levert

communicatie- en veiligheidsmiddelen voor zorg, gevangeniswezen en zware industrie. Wij willen onze activiteiten in de offshore meer bekendheid geven. Vandaar het lidmaatschap van deze lounge.’ Om het zakelijke netwerk van FC Utrecht maximaal te benutten, is continuïteit een vereiste. ‘Door elke thuiswedstrijd aanwezig te zijn, bouw je een band op met de andere leden. Dat is een voorwaarde om zaken te kunnen doen.’

Meerbeek is namens Ascom al acht jaar lid van businessclub. ‘In die tijd is de organisatie sterk geprofessionaliseerd. Een goede ontwikkeling, en een voorwaarde om grote organisaties bij de club te betrekken.’ Hier zouden er zich nog meer van aan FC Utrecht moeten verbinden, vindt Meerbeek. ‘Grote bedrijven en (semi-)overheidsorganisaties hebben ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid. Door FC Utrecht te ondersteunen, geven zij hier invulling aan. De club biedt immers vertier aan tienduizenden mensen uit de regio. Niet alleen in het stadion, ook daarbuiten.’ ■



HUMAN CAPITAL

TALENT IS HET NIEUWE DONEREN Jouw kennis is goud waard in India. Met jouw zakelijke expertise en ervaringen inspireer je Indiase bedrijven bij het realiseren van hun doelen. De omzet stijgt. Het aantal banen voor vrouwen groeit. Gezinnen krijgen een beter leven. En kinderen krijgen beter onderwijs. Women on Wings heeft samen met 60 experts al 125.000 extra banen bij 20 bedrijven gecreëerd waardoor 325.000 kinderen al beter onderwijs kregen! Het is een prachtige start in een land waar human capital het verschil kan maken. Doe mee. Geef vrouwen en kinderen in India vleugels. Mail Women on Wings: ineke@womenonwings.com en doneer je talent. Of maak met financiële steun de inzet van experts mogelijk. womenonwings.com

WOMEN ON WINGS



Grontmij

veelzijdig ontwikkelen

van gebieden

Grontmij adviseert over stads-, gebieds- en vastgoedontwikkeling. Wij maken planconcepten, treden op als procesmanager en realiseren. Maar ook nemen we de rol op ons van vastgoedmanager, bouwadviseur en bouwprojectmanager en verzorgen wij vastgoedvermogensbeheer. Wij zijn vooral sterk in complexe situaties die een integrale en multidisciplinaire aanpak vragen. Wij verbinden mensen en partijen aan elkaar bij het creëren van een duurzame ruimtelijke omgeving.

Grontmij wil de beste lokale dienstverlener zijn voor ontwerp, advisering, management, engineering en contracting in de sectoren milieu, water, energie, bouw, industrie en infrastructuur. Wij willen dit bereiken door plannen voor de toekomst te ontwerpen en te realiseren samen met mensen en partijen in de regio's waar we werkzaam zijn. Grontmij creëert waarde voor haar klanten en aandeelhouders door een duurzame woon- en werkomgeving te ontwerpen en te realiseren.

www.grontmij.nl

Albert Heijn/ND en Hako Bouw BV kiezen voor Nieuwegeins bedrijvenpark

Vliegwiel krijgt vaart op Het Klooster

Op het Nieuwegeinse bedrijvenpark Het Klooster wordt binnenkort gestart met de realisatie van zowel een verscentrum voor Albert Heijn/Norbert Dentressangle als het nieuwe bedrijfspand van Hako Bouw. 'Dit betekent een positieve economische stimulans voor de gemeente. Ook is sprake van een vliegwieleffect voor werkgelegenheid en andere nieuwe vestigers.'

Bedrijvenpark Het Klooster ligt in de driehoek van A2, A12 en A27, omgeven door groen en water. Duurzaamheid, hoogwaardige kwaliteit en aandacht voor de cultuurhistorische omgeving zijn kernbegrippen bij de ontwikkeling van het gebied. Er is ruimte voor allerlei soorten bedrijven, variërend van kleinschalige ambachtelijke vestigingen tot grote distributie-, transport- of logistieke ondernemingen.

Tweede topmerk

Met Albert Heijn kiest na V&D een tweede Nederlandse topmerk voor Het Klooster. Vastgoedontwikkelaar Borghese Logistics tekende voor de aankoop van een perceel van ruim zes hectare. Hier verrijst een nieuw verscentrum van 30.000 m² dat 900 Albert Heijn-winkels in Nederland en België van verse producten zal voorzien. Leveranciers van AH brengen hun producten rechtstreeks naar dit shared fresh center. Hierdoor is minder voorraad nodig, neemt het aantal transportbewegingen af en liggen producten sneller in de winkels.

Vliegwieleffect

Logistiek dienstverlener Norbert Dentressangle wordt verantwoordelijk voor het nieuwe verscentrum. Algemeen directeur Mauro Ungheretti:



Het nieuwe AH-verscentrum



Ondertekening van het koopcontract door Hako Bouw

'Wij kozen voor Het Klooster omdat deze locatie erg geschikt is voor het uitvoeren van de beoogde logistieke activiteiten voor Albert Heijn en haar leveranciers. Het Klooster is centraal gelegen, direct aan de snelweg en beschikt bovendien over een grote kavel waar voldoende hoogbouw neergezet mag worden.'

De gemeente Nieuwegein is blij met het nieuwe verscentrum dat enkele honderden arbeidsplaatsen oplevert: 'Het onderstreept het belang van Het Klooster als uitvalsbasis voor onder andere nationale logistiek,' aldus wethouder Johan Gadella. 'Ook betekent het een positieve economische stimulans met een vliegwieleffect voor werkgelegenheid en andere nieuwe vestigers.'

Duurzaamheidsambities

Ook Hako Bouw selecteerde Het Klooster als locatie voor haar nieuwe huisvesting. 'Doorslaggevend bij de keuze voor Het Klooster waren ligging, duurzaamheid, kwaliteit, prijs en de vlotte medewerking van de gemeente Nieuwegein,' aldus de heren Kolfshoten en Kraan, eigenaren van het Montfoortse bouw- en aannemersbedrijf. 'Wij gaan duurzame technieken toepassen die we ook gebruiken bij onze modelwoningen. Die kunnen straks direct aan onze opdrachtgevers worden getoond.' De gemeente is blij dat een succesvol bouwbedrijf uit de regio zich in Nieuwegein vestigt om verder te groeien, aldus wethouder Gadella. 'Ook de duurzaamheidsambities van Hako Bouw passen goed op Het Klooster.'

Ook vestigen op Het Klooster?

Nieuwegein geeft op Het Klooster 75 hectare aan kavels uit. Ondernemers die interesse hebben om zich op het bedrijvenpark te vestigen, kunnen contact opnemen met adviseur ondernemerszaken Jeanette Verbeek. Zij is bereikbaar op telefoonnummer 030-607 14 54 of via a.verbeek@nieuwagein.nl. Meer informatie op www.nieuwegein.nl/klooster. ■

EINSTEIN CAMPUS

MOTIVEERT

VERSTERKT

INSPIREERT

VERBINDT

OPENING EINSTEIN CAMPUS UTRECHT, VERSTERK JE POSITIE ALS ONDERNEMER

In november opent Valad Benelux de Einstein Campus aan de Einsteindreef te Utrecht. Het pand transformeerde afgelopen jaar naar een bedrijfsverzamelgebouw waar ambitieuze ondernemers die werkzaam zijn in de zorgsector hun krachten kunnen bundelen. Succesvol ondernemen doe je immers niet alleen.

Valad Benelux heeft, als specialist in commerciële bedrijfsverzamelgebouwen in Europa, tot doel te blijven bouwen aan een duurzame vastgoedonderneming door huurders toegevoegde waarde "value-add" te bieden. Deze toegevoegde waarde ligt in de naam en filosofie van Valad verankerd. Wij zijn er van overtuigd dat kantoren op de vastgoedmarkt op een andere wijze benaderd dienen te worden. De lokale markt biedt hierin goede resultaten en mogelijkheden.

Met dit als uitgangspunt is de Einstein Campus ontstaan. De Einstein Campus is een bedrijfsverzamelgebouw voor ambitieuze zorgondernemers. De voordelen die een bedrijfsverzamelgebouw biedt zoals een eigen ruimte en toch de mogelijkheid om kennis te delen, elkaar te versterken en te inspireren spelen een steeds grotere rol bij het selecteren van een locatie.

Door je aan te sluiten bij de Einstein Campus wordt niet alleen je werkplek beter, maar wordt ook je zorgonderneming versterkt. Einstein Campus biedt een representatief kantoor in een groene omgeving. De unieke locatie gecombineerd met de service en mogelijkheden die Valad biedt maakt dit kantoor tot een gewilde plek. Zowel kleine als grotere ondernemers in de Utrechtse Regio kunnen profiteren van de voordelen van deze kantoorcampus.

NEEM CONTACT OP EN BESPREEK JE WENSEN!

Einsteindreef 101-139, Utrecht | einstein-campus.nl

Telefoon: 06 -128 29 218 | Contactpersoon: Marcel Veldkamp

Roland Kahn op weg naar 1 miljard

'Think global, act local'

TEKST HANS HAJÉE

Modeconcern Excellent Retail Brands wil haar succesvolle merken Coolcat, America Today en MS Mode internationaal uitrollen. Stip aan de horizon voor eigenaar Roland Kahn is daarbij een omzet van 1 miljard euro. Online is een prominente pijler bij de expansie maar fysieke winkels blijven belangrijk. 'Klanten hebben behoefte aan beleving. Zij willen kleding kunnen ervaren, aanraken, passen.'



ERB wil groeien met 200 nieuwe winkels

Excellent Retail Brands (ERB) doorstond de crisis met verve. Voor de groep met merken als Coolcat, America Today, MS Mode en Sapph was 2013 een uitstekend jaar. 'Succes begint met de juiste strategische keuzes,' zegt oprichter en CEO Roland Kahn. 'Daarna is het zaak, continu de vinger aan de pols te houden en waar nodig correcties aan te brengen. Net als een goede skiër met korte, snelle bewegingen zo dicht mogelijk bij de uitgestippelde route blijven. Alertheid en creativiteit zijn daarbij onmisbaar, net als een sterke band met je klanten. Zij vertellen ons continu wat goed gaat en wat beter kan.'

Afbeulen

Kahn startte 38 jaar geleden zonder kapitaal met Coolcat in, zoals hij het zelf liefdevol noemt, 'een klein kutwinkeltje' op de Amsterdamse Nieuwendijk. Nu staat hij aan het hoofd van een eigenhandig opgebouwd miljoenenconcern met meer dan 600 winkels. 'Ik realiseer me nog elke dag waar ik vandaan kom en ben daar dankbaar voor.' Het succes kwam Kahn niet aanwaaien. 'Zo heb ik mijzelf discipline moeten bijbrengen. Die heb ik niet van nature maar is wel nodig om alles te kunnen doen wat ik wil. Ik heb behoefte aan prikkels, ben continu op zoek naar nieuwe ervaringen. Zoals Amerikaans

vastgoed, waar ik sinds enige tijd samen met een aantal partners in investeer. Dat gaat goed en geeft me veel energie.' Ook voor zijn fysieke gesteldheid hecht Kahn aan discipline. 'Een gezonde geest heeft een gezond lichaam nodig. Daarom laat ik me drie keer per week 's ochtends vroeg afbeulen door een personal trainer.'

Slim en scherp

ERB nam America Today in 2006 over. Sindsdien groeide deze keten van 18 naar 72 winkels, met een sterke positie in België. In 2010, midden in de crisis werd MS Mode gekocht. 'Twee derde van de ruim 400 MS-winkels staat in het buitenland. Het merk is groot in Frankrijk en Spanje en laat een stevige groei zien.'

'Klanten vertellen ons wat goed gaat en wat beter kan'

Lingeriemerk Sapph – in 2011 aangekocht – is vooralsnog minder succesvol. 'Lingerie blijkt toch een andere tak van sport. Maar het gaat ons lukken Sapph

PROFIEL

COOLCAT

Foto Avenida Ommen

'Ik houd niet van verliezen.'

winstgevend te krijgen, want de potentie is er zeker. En ik houd er niet van om te verliezen.'

Basis voor de groei van de ERB-merken is een slim vestigingsbeleid met een scherp oog voor de rentabiliteit van winkels. 'Hierbij ondervinden wij ook positieve gevolgen van de crisis. De huurprijzen staan onder druk, zeker in de kleinere steden. Scherpe onderhandelingen leiden tot forse huurverlagingen. Ook de huisvesting van onze merken in één gezamenlijk pand in Diemen levert een stevige besparing op.'

Wehkamp

Online verkoop wordt steeds belangrijker voor de modebranche. 'Een aantal jaren geleden werden onze bankiers en adviseurs nerveus. Ook wij moesten vol inzetten op internetverkoop; het was nu of nooit. Toch hebben we ons niet gek laten maken. We zijn relatief laat online ingestapt maar hebben daar geen moment spijt van gehad.'

'Ik heb behoefte aan prikkels, ben continu op zoek naar nieuwe ervaringen'

Bij online succes draait het volgens Kahn om een goede propositie, om sterke merken. 'Dat wij die hebben, blijkt uit de samenwerking met Wehkamp. Eind 2013 startte het online warenhuis met de verkoop van Coolcat, MS Mode en America Today. Het succes overtrof onze stoutste verwachtingen. De merken zijn samen goed voor tien procent van alle modeomzet van Wehkamp.'

Behoefte aan beleving

De verdere groei van online verkoop is een belangrijke pijler onder de expansie van ERB. Toch gelooft Kahn heilig in de toekomst van de winkelstraat. 'Klanten hebben behoefte aan beleving. Zij willen kleding kunnen ervaren, aanraken, passen. Vaak wordt vergeten dat het winkelpersoneel een prominente rol

speelt bij die beleving. Uit onderzoek blijkt dat medewerkers in de winkel de belangrijkste externe impuls zijn voor klanten. Veel belangrijker dan bijvoorbeeld BN-ers die onze kleding dragen. Dergelijke prikkels zijn een paar minuten later alweer vergeten. Maar iemand die in de winkel voor een prettige sfeer zorgt, je niet lastig valt maar wel op het juiste moment klaarstaat om te helpen, die maakt het verschil.' De gewenste dosering van aandacht blijkt cultureel bepaald. 'Waar Nederlanders terughoudendheid prettig vinden, verwachten klanten in veel andere landen juist een meer proactieve houding van het winkelpersoneel.'

Curvy bodies

De groeiambitie van Kahn's concern is vervat in een rond getal. 'Stip aan de horizon is een omzet van 1 miljard euro. Momenteel is dat ruim 600 miljoen, dus er is nog genoeg werk aan de winkel. Toch verwacht ik de beoogde mijlpaal te kunnen bereiken zonder acquisities. In elk land zijn er kinderen, tieners, studenten en dames met curvy bodies; doelgroepen die wij met onze collecties bedienen. Door de nu nog vooral nationale merken internationaal uit te bouwen, is een forse groei mogelijk. *Think global, act local* is daarbij het devies. Zowel met fysieke winkels als via internet.' Op dit moment hebben de ERB-merken samen ruim 600 winkels. 'Verwachting is dat de online omzet op termijn 20% van het totaal uitmaakt. Dit betekent dat voor de beoogde miljard euro nog zo'n 200 nieuwe winkels nodig zijn. Met het huidige groeitempo kost dit zes tot acht jaar.'

In de voetsporen

Naast de expansie is ook de overdracht aan de volgende generatie een prominent aandachtsveld voor Kahn. 'Een van mijn zoons werkt al voor Coolcat en is doorgegroeid tot inkoopmanager. Zijn tweelingbroer volgt een MBA in de VS en komt daarna ook hier in dienst. Het ziet er naar uit dat beide jongens in mijn voetsporen treden. Dat zou geweldig zijn.'

Vooralsnog staat Kahn zelf nog met veel plezier aan het roer van ERB. 'Het geeft veel voldoening om je eigen lot te kun-

LUISTER NAAR JE KLANTEN

De rol van Roland Kahn binnen ERB verandert. 'Operationele taken draag ik meer en meer over. Ik focus vooral op de strategie en initieer nieuwe dingen. Verder geniet ik ervan mijn ervaring over te brengen op jongeren. Binnen het bedrijf, maar ook daarbuiten.' Kahn geeft regelmatig les over ondernemerschap, onder meer aan Nyenrode. 'Het contact, de interactie met studenten houdt mij geestelijk jong.' Welk advies heeft Kahn voor ondernemers die – net als hij bijna veertig jaar geleden – voor zichzelf beginnen in de modebranche? 'Vind een plek in de markt door je met ziel en zaligheid in te zetten. Wees nieuwsgierig en luister naar je klanten. En blijf dit doen, ook als het bedrijf groeit. Dan kun je dat niet meer alleen. Dus is het zaak om voldoende mensen om je heen te verzamelen die ook over dat vermogen beschikken.'

nen bepalen door leiding te geven aan een organisatie die ertoe doet. Een bedrijf dat welvaart creëert voor 6.500 medewerkers en waarvoor wereldwijd nog eens 40.000 mensen plus tal van toeleveranciers actief zijn.' Kahn realiseert zich terdege dat zijn rol allesbehalve vrijblijvend is. 'Als leider moet ik in staat zijn om mij aan te passen aan de steeds sneller veranderende omstandigheden. Houd ik dat tempo niet meer bij dan schaadst dat het bedrijf en de medewerkers. Die verantwoordelijkheid neem ik zeer serieus.' ■



Je verdiepen in je klant is een kwestie van doen.

MR. ROBERT VAN MUIJEN, HOOGST PERSOONLIJK BETROKKEN BIJ BRABANT WATER

Bij Holla Advocaten nemen we het graag persoonlijk. Dat betekent dat we betrokken zijn bij de zaken die we behandelen. Het houdt ook in dat we regelmatig contact hebben met onze klanten en op de hoogte zijn van wat er bij hen speelt. We stellen het belang van onze cliënt altijd voorop en hebben oog voor de mens achter de zaak. We horen tot de grootste advocatenkantoren van Nederland. Onze advocaten bieden, naast professionele juridische bijstand, advies op maat vanuit onze vestigingen in Eindhoven en 's-Hertogenbosch.

Op www.holla.nl stellen we ons graag persoonlijk aan u voor en vindt u meer informatie over onze aanpak.

holla
advocaten

Hoogst persoonlijk

Tweede editie Ecobouw

Duurzaamheid biedt perspectief voor vastgoed en bouw

Duurzaamheid staat hoog op de agenda van de bouw- en vastgoedsector. Terecht, want verduurzaming biedt perspectief voor de veelgeplaaide branche. Als platform voor kennisoverdracht in de bouwkolom speelt Ecobouw in op deze ontwikkeling. Eind september vond de tweede editie van het evenement plaats in de Utrechtse Jaarbeurs.

Ecobouw is een initiatief van BIM Media dat met titels als Cobouw, de Architect en Vastgoedmarkt professionals in de bouw- en vastgoedsector van informatie voorziet. 'In alle geledingen in deze branche is men bezig met duurzaamheid,' aldus Hans Luisman namens BIM Media. 'Ecobouw brengt partijen rond dit thema fysiek bij elkaar en zorgt voor kennisoverdracht.'

Ruim honderd sessies

Daartoe vonden tijdens drie beursdagen ruim honderd gratis toegankelijke kennissessies plaats. 'Een groot aantal sprekers dat ertoe doet in de wereld van duurzaamheid gaf hun visie tijdens Ecobouw. Van minister Stef Blok tot hoogleraar duurzaam bouwen Anke van Hal, van Rijksbouwmeester Frits van Dongen tot Annemarie van Doorn, directeur Dutch Green Building Council.'

Meer dynamiek

Daarnaast bood een informatiemarkt inzicht in de nieuwste trends op het gebied van duurzaam ontwerpen, bouwen en exploiteren. Welke ontwikkelingen vallen vooral op? 'Door het grote aantal innovaties is bij instrumenten als zonnecellen, warmtepompen en waterkracht sprake van meer dynamiek dan in de bouwsector an sich.' Sommige bezoekers vonden het aantal stands op de informatiemarkt wat aan de magere kant. 'Dat



Foto Hans de Vries - Get in the Picture

Veel innovaties bij instrumenten als warmtepompen, zonnecellen en waterkracht.

hangt samen met de primaire doelstelling van Ecobouw: het draait eerst en vooral om kennisoverdracht. De informatiemarkt is een ondersteunend element.' Reden voor de organisatie om de aanduiding 'beurs' zoveel mogelijk te vermijden. 'Dat voorkomt verkeerde verwachtingen.'

Zuinig op tijd

Het inhoudelijke programma tijdens Ecobouw 2014 was telkens een dag specifiek gericht op een van de drie hoofddoelgroepen: architecten, bouwers en vastgoedondernemers. 'Maar bezoekers waren afkomstig uit alle geledingen van de bouwkolom. Naast architecten, ontwikkelaars en aannemers ook investeerders, adviseurs, installateurs, vertegenwoordigers van gemeenten en woningcorporaties.' Met 4.500 ligt het bezoekersaantal op het niveau van de vorige Ecobouw. 'De ambitie om te groeien was er zeker,' zegt Luisman. 'Het blijkt echter lastig om grote

groepen mensen te trekken. In de bouw gaat het zeker nog niet crescendo. Er moet meer gedaan worden met minder mensen en die zijn zeer zuinig op hun beschikbare tijd.'

Goede gesprekken

Al met al is Luisman tevreden over het animo voor Ecobouw. 'Belangrijk daarbij is ook de beleving van mede-initiatiefnemers en exposanten. Hun oordeel over de kwaliteit van de bezoekers is positief. Er zijn veel goede gesprekken gevoerd.' BIM Media vroeg zowel bezoekers als standhouders naar hun overall mening over Ecobouw. 'De waardering ligt dit jaar fractioneel hoger dan bij de eerste editie, toen bezoekers en deelnemers respectievelijk een 7,1 en een 7,2 als cijfer gaven. Ruim voldoende draagvlak voor het vervolg dat gepland staat op 24, 25 en 26 september 2015.' ■

Bark Verpakkingen B.V. is geen doorsnee verpakkingsleverancier

Dienstverlener in verpakkingsmanagement



Bark Verpakkingen B.V. te Eerbeek is al lang geen groothandel meer. Algemeen directeur Berny Plas heeft het bedrijf sinds een management buy-out in 2000 getransformeerd van een agenturen-/groothandel naar een bedrijf dat gespecialiseerd is in een breed pakket aan dienstverlening op het gebied van verpakkingsmanagement als onderdeel van het totale bedrijfsproces. 'Wij leveren oplossingen in de supply chain van onze afnemers zonder ons tot slechts de verpakking te beperken,' aldus Plas.

Berny Plas: verpakkingsmanagement als een maatpak afstemmen op de supply chain van afnemers.

Berny Plas heeft bij drie grotere verpakkingsproducenten gewerkt. Daar heeft hij aan den lijve ondervonden dat het soms schuurt tussen de belangen van de verpakkingsproducent en diens afnemers. De belangen van beide partijen lopen niet altijd parallel. Plas: 'Ten tijde van mijn dienstbetrekkingen bij deze producenten viel mij op dat het productiedenken – ondanks vaak de aanwezigheid van een marketingafdeling – toch vooral heel erg dominant en leidend was. Begrijpelijk, maar niet per definitie altijd in het belang van de klant. Ik vroeg me altijd af waarom we niet een meerwaarde konden creëren door verder te kijken dan alleen sec het produ-

ceren en direct doorleveren van de geproduceerde verpakkingen. Ik was van mening dat de afnemers meer baat zouden hebben bij een geïntegreerde aanpak, waarbij de supply chain van de afnemer leading zou moeten zijn en het verpakkingsmanagement daar als een "maatpak" op afgestemd zou moeten worden. Uiteindelijk heb ik me natuurlijk ook gerealiseerd dat een dergelijke marktbenadering voor een producent een lastige opgave is.'

Integrale aanpak

Dat uitgangspunt – niet het produceren van de verpakkingen, maar het verpakkingsmanagement implementeren als on-

derdeel van het totale bedrijfsproces – vormt momenteel de corebusiness van Bark Verpakkingen. Met de wetenschap dat ieder bedrijf tegenwoordig conform Lean-principes (het tegengaan van verspillingen) werkt, houdt Bark zich vooral bezig met het elimineren van vermijdbare kosten uit de supply chain door het verpakkingsmanagement anders dan traditioneel in te richten. Het klassieke (inkoop) denken maakt daarbij plaats voor een integrale aanpak, waarbij niet uitsluitend de kostprijs van de verpakking bepalend is maar vooral de Total Cost of Ownership-benadering prevaleert. Volgens Bark zijn de totale kosten die gemoeid zijn met de



inkoop én interne handling van alle benodigde verpakkingen veel hoger dan de som van de aanschafprijzen van al die verpakkingen. Een verpakking kan in een bestaand bedrijfsproces soms kosten genereren tot zeven keer de aankoopprijs van die verpakking. Het is om die reden bedrijfseconomisch onlogisch zich uitsluitend te beperken tot de inkoopprijs van de verpakking.

Partners

Volgens Plas is de kracht van deze conceptmatige aanpak dat niet alleen de klant van de voordelen profiteert, maar ook de productiepartners die toegevoegde waarde onderkennen en steeds meer gebruik maken van het door Bark ontwikkelde platform. Immers, zowel de producent als Bark hebben beide als doel om de uiteindelijke klant zo goed mogelijk te bedienen. Plas: 'Een verpakkingproducent zien wij niet als concurrent maar als partner. Het klinkt misschien paradoxaal, maar als wij geen enkele waarde kunnen toevoegen, heb ik liever dat de uiteindelijke klant direct bij de producent koopt. Welke rol heb je dan nog als intermediair?'

Drie concepten

Bark kent verschillende benaderingen, waarbij steeds het doel is om de supply

chain van de klant te ontlasten, te ontzorgen en te vereenvoudigen door de implementatie van een zogenaamd 'Lean Verpakkingsmanagement Concept'. De drie concepten die Bark onderscheidt zijn:

- Outsourcing
- Single Sourcing
- Tailend Packaging Management

Ieder model heeft z'n eigen servicelevel, afhankelijk van de gewenste doelstellingen van de afnemer. Het Outsourcing-concept is het meest uitgebreide model. Hierbij heeft de afnemer haar gehele verpakkingsmanagement aan Bark uitbesteed. Te denken valt aan continu voorraadbeheer, financiering daarvan, kwaliteitscontrole et cetera. De afnemer heeft zelf geen verpakkingen meer op voorraad, hetwelk zich vertaalt in een groot scala aan (financiële) voordelen. De leverzekerheid binnen 24 uur na order (binnen de Benelux) is in dit model 99,6%. Concreet houdt dat in dat 996 van de 1.000 orders aan vijf eisen voldoen: 1) juiste leverdatum 2) juist afleveradres 3) juist aantal 4) juiste specificatie en dat alles 5) afgehandeld met de juiste documenten. Met een dergelijke (short term) leverperformance is Bark uniek in het verpakkingsland van primaire verpakkingen (verpakkingen die in direct contact staan met het afgevolde product).



BARK INNOVATIONS

Sinds 2010 beschikt Bark ook over een eigen design- en ontwikkelbedrijf. Steeds vaker wordt Bark betrokken bij het meedenken over verpakkingsinhoudelijke vraagstukken waarvoor geen standaardoplossing voorhanden is. Niet alles wat wenselijk is, is immers al op de markt beschikbaar. Dat kan gaan om een designopdracht, maar evengoed om de ontwikkeling van een totaal nieuw (technisch inhoudelijk) verpakkingsconcept. Een treffend voorbeeld van het laatste is het gepatenteerde doseerconcept zoals dat door Bark is ontwikkeld en inmiddels in vele landen wordt ingezet, ook buiten Europa. Gebruikelijk (voor bijvoorbeeld plantenvoeding) is dat de klant vanuit de fles in een (doseer)dop moet schenken en dat vervolgens moet mengen met (bijvoorbeeld) water. In het systeem van Bark vindt de dosering binnen dezelfde verpakking plaats. Met deze vinding heeft Bark een drietal (inter) nationale prijzen gewonnen als 'best technical innovation'.

Best performers

Volgens Plas zijn de bedrijven die over een effectieve en efficiënte supply chain beschikken vrijwel altijd de 'best performers'. Afnemers op de referentielijst van Bark Verpakkingen zijn onder andere AkzoNobel, Henkel, Cargill en Alent. De productiepartners waar zeer intensief mee wordt gewerkt zijn veelal bedrijven die (markt)leidend zijn op hun vakgebied, zoals Schütz, Greif en Afa Dispensing Group. ■

Meer informatie op de volgende websites:

- www.bark-verpakkingen.com
- www.bark-innovations.com
- www.dosing-bottle.com

DÉ AFRIKA
SPECIALIST!



SAFARI IN AFRIKA?

Ruim 100 inspiratiereizen vindt u op www.jambo.nl en in onze brochure of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat.



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



De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!

ARC14 Architectuur Award bekroont duurzame prestaties

De optimale combinatie

De ARC Architectuur Award is in 2012 in het leven geroepen om duurzaamheid te promoten als integraal onderdeel van het ontwerp. Daartoe worden projecten voor het voetlicht gebracht die hoge duurzaamheidsprestaties op vernieuwende wijze combineren met verrassende architectuur. Genomineerd zijn dit jaar de nieuwbouw voor Cono Kaasmakerij in de Beemster plus drie transformatie- en renovatieprojecten: Rabobank Parkstad Limburg in Heerlen, de Klarenstraat in Amsterdam en het Gemeentehuis Borsele in Heinkenszand.

De ARC14 Architectuur Award is een initiatief van GIRA en de Architect. In 2013 werd de prijs toegekend aan Villa Kogelhof van Paul de Ruiter. Winnaar van de eerste editie was Proyecto Roble van Équipe voor Architectuur en Urbanisme. Dit jaar zijn de vier genomineerde projecten geselecteerd uit 141 inzendingen, een record. De jury bestaat uit voorzitter Jacob van Rijs (MVRDV), Ronald Huikeshoven (AM), Dusan Doepel (Doepel Strijkers), Ditmar Henkel (Zuivergroen) en Harm Tilman (de Architect). De winnaar wordt op 27 november tijdens de ARC14 Award Show bekend gemaakt.

Geen verslinding

Dreessen Willems Architecten transformeerde het bestaande bankgebouw van Rabobank Parkstad Limburg in Heerlen in een open werkomgeving voor 180



medewerkers. Het gebouw straalt volgens de jury geen 'verslinding' van middelen uit maar een innovatieve wijze van duurzaam investeren. Het hart van het Rabo-



Gemeentehuis Borsele

kantoor bevat een lighthof die fungeert als ruimte voor ontmoeting, informeel overleg of ontvangst.

Zuilengang

De CONO Kaasmakerij (bekend van Beemsterkaas) door Bastiaan Jongerius Architecten sluit op logische wijze aan op het open landschap van de bestaande droogmakerij. Net als een karakteristieke stolpboerderij staat de nieuwe kaasmakerij midden op de kavel. De synergie tussen gebruik en landschap is op een eigentijdse manier tot stand gebracht, aldus de jury. De zuilengang rond het gebouw heeft een esthetische functie en dient tegelijkertijd als zonwering.

Sociale samenhang

Bij de Klarenstraat in Amsterdam Slotervaart (Vanschagen architecten) gaat het om de herontwikkeling van een portiekflat tot gedifferentieerde woongebouw. Veertig identieke flats zijn omgezet

in een woongebouw met dertig verschillende woningen. Door de herontwikkeling wordt de sociale samenhang in de buurt versterkt. Samen met drie andere blokken omzoomt de Klarenstraat een collectieve binnentuin. Die is direct toegankelijk vanuit de trappenhuisen zodat ook de appartementen hiervan profiteren.

Glasmozaïekgevel

Atelier Kempe Thill tekende voor de renovatie van het gemeentehuis Borsele in Heinkenszand. Het betreft de verbetering van het exterieur en een kwaliteitsverhoging van het interieur. Om het gemeentehuis een representatievere uitstraling te geven en de interactie met de publieke ruimte te versterken, is een nieuwe glasmozaïekgevel aangebracht. Die maakt het gefragmenteerde gebouw compacter. De hoge entreehal is opnieuw ingericht en eveneens bekleed met tegels met glasmozaïek, waardoor de continuïteit van de binnen- en buitenruimte wordt benadrukt. ■

Welke bedrijven hebben uw website bezocht?

Slechts 2 á 3% van uw online-bezoekers neemt daadwerkelijk contact met u op. Wie zijn die andere 97% en hoe bereikt u die alsnog? Het antwoord is even simpel als doeltreffend: **Website-Leads**.

Voorbeeld overzicht Website-Leads

Geachte heer Rademaker,

De heer W.S. Leads van DATA-collectief B.V. heeft vandaag om 15:53 uur uw website bezocht. Hierbij een overzicht van het bezoek.

DATA-collectief B.V.
Coltbaan 4 C/D
3439 NG Nieuwegein
T: 0800-2028

Voor de contactpersoonsgegevens
[klik hier](#)



donderdag 20 februari 2014		Bezochte pagina's	
			AdWords: (Google: "reclamebureau utrecht")
15:53:41	18s		home reclame- en marketingbureau Utrecht
15:53:59	28s		referenties diverse projecten
15:54:27	17s		klanten overzicht van alle klanten
15:54:44	29s		nieuws nieuwsberichten reclamebureau
15:55:13	10s		Contact contactgegevens
15:55:23	58s		Werkzaamheden reclame utrecht
15:56:21	98s		Over ons Reclamebureau binnenstad Utrecht
15:57:59	34s		Algemene voorwaarden
Totale tijd: 00:04:18		Pagina's bezocht: 8	Score: 40

Met vriendelijke groet,
Ineke Peppelenbosch
Uw Personal Sales Assistent

Hoe werkt het:

- 1 Een potentiële klant bezoekt uw website
- 2 De bezoeker wordt geïdentificeerd via zijn IP-adres (Internet Protocolnummer)
- 3 Aan de hand van het verkregen IP-adres wordt het bijbehorende bedrijf opgezocht in de database van het DATA-collectief
- 4 Alle relevante informatie wordt nu vastgelegd, zoals hoe uw bezoeker op uw website gekomen is, welke pagina's hij heeft bezocht, hoe lang hij op die pagina's is gebleven en waar hij is afgehaakt
- 5 Website-Leads.nl B.V. maakt een bezoeksrapport van het websitebezoek en stuurt u een e-mail met alle informatie zodat u direct contact kunt opnemen met uw websitebezoeker

Website-Leads

Voor meer informatie (0800-2028)
www.websiteleads.nl

 **Website-Leads**
UW WEBSITE ALS LEADGENERATOR
onderdeel van DATA-collectief international group nv

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

Dirkzwager
zorgt dat
u het weet.



Wij delen onze kennis graag.

Het juridische antwoord op een simpele vraag, is vaak gecompliceerder dan verwacht. Met gezond verstand komt u een heel eind, maar voor een écht antwoord is meer kennis nodig. Dirkzwager deelt die kennis graag met u. Ontdek snel hoe Dirkzwager haar kennis deelt op www.partnerinkennis.nl

Maak kennis met **Dirkzwager**
advocaten & notarissen

L I T E R A T U U R

KETS DE VRIES OVER MINDFULNESS

Door Manfred Kets de Vries

Manfred Kets de Vries is een internationale autoriteit op het gebied van leiderschapontwikkeling. Hij schreef talloze artikelen en 14 boeken, waaronder de bestseller 'Leiderschap ontraadseld'. In zijn jongste boek legt Kets de Vries de nadruk op de psychodynamische benadering bij coaching, met specifieke aandacht voor mindfulness. Die helpt coach en gecoachte om de achterliggende aanleiding voor leiderschapsstijlen en het functioneren van leiders binnen een organisatie te begrijpen. Vorming in de jeugd en genetische aanleg zijn daarbij van grote invloed. Begrip van gedragspatronen en hechtingsstijlen brengt de gewenste verandering binnen handbereik. Zowel voor het individu als de organisatie waar hij of zij deel van uitmaakt.



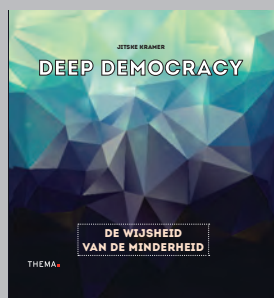
239 pag. ISBN 978-94-6220-084-5.
Academic Services. € 29,95.

DEEP DEMOCRACY

Door Jitske Kramer

Bij besluiten geeft meestal de mondige, dominante meerderheid de doorslag. Maar voor echt draagvlak is het zaak dat ieders stem gehoord wordt. Deep Democracy is een wijze van besluitvorming waarbij ook de wijsheid van de minderheid wordt meegenomen in het meerderheidsbesluit. Jitske Kramer, uitgeroepen tot trainer van het jaar 2013/2014 is gecertificeerd Deep Democracy-opleider. Deze methode is door Myrna Lewis ontwikkeld in het Zuid-Afrikaanse bedrijfsleven na de apartheid. Kern van Deep Democracy is dat wanneer de dialoog met de minderheid achterwege blijft, deze mensen zich onmachtig en niet-gehoord voelen. De kans is groot dat zij besluiten bewust of onbewust zullen saboteren. Door de potentie van de hele organisatie te benutten, ontstaat duurzame besluitvorming.

200 pag. ISBN 978-90-5871-932-4.
Thema. € 24,95.



DOORGEVLOGEN

Door Joost van de Griendt

Fokker ging in maart 1996 failliet. Neêrlands voormalige industriële trots herbergde een enorme hoeveelheid talent en ervaring. Opgeteld maar liefst 100.000 manjaren, aldus de schatting van Joost van de Griendt. Al die medewerkers betraden de arbeidsmarkt. In *Doorgevlogen* wordt duidelijk hoe het ruim dertig voormalige managers en directeurs van Fokker is vergaan. Waar kwamen zij terecht? Welke ervaring kwam vooral van pas tijdens hun carrière na Fokker? En welke invloed hadden zij op de Nederlandse economie via hun nieuwe werkgevers? Met deze interessante invalshoek schreef Van de Griendt – zelf bijna tien jaar werkzaam bij Fokker – een lezenswaardig boek, met lessen die ook voor jonge managers van waarde kunnen zijn.



230 pag. ISBN 978-90-8226-690-0.
Scriptum. € 22,95.



HET ENIGE BOEK OVER MERKEN DAT JE NODIG HEBT

Door Michiel Maandag en Liisa Puolakka

Merken zijn voor veel mensen de ankers in deze steeds sneller veranderende tijd. Zonder merk kun je niets verkopen of aanbevelen, stellen merkadviseur Michiel Maandag en coauteur Liisa Puolakka. Zij is directeur designresearch en -strategie bij het Londense ChauhanStudio en voormalig hoofd van Nokia's global brand identity. *Het enige boek over merken dat je nodig hebt* geeft op laagdrempelige wijze inzicht in alle aspecten die komen kijken bij het creëren van een sterk merk. Van naam, logo en kleurgebruik tot de noodzaak om consistent te communiceren. En de boodschap te blijven herhalen. Praktijkvoorbeelden werken verhelderend. Net als de conclusie dat alle merken uiteindelijk zullen verdwijnen. Noem daarom je bedrijf anders dan het merk.

160 pag. ISBN 978-94-6126-093-2.
Haystack. € 16,95.

In- of outsourcen van facilitaire diensten

'Houd je niet bezig met no-core activiteiten'

TEKST ANKA VAN VOORTHUIJSEN



'Op langere termijn levert outsourcing vaak geld op.'

Natalie Hofman
Voorzitter van
beroepsvereniging Facility
Management Nederland.

Een uniform advies over inbesteden of outsourcen van facilitaire dienstverlening is denk ik niet mogelijk. Outsourcen maakt verborgen kosten zichtbaar maar brengt in eerste instantie altijd extra kosten met zich mee. Op de langere termijn levert het vaak geld op: inkoop-volume-efficiency en flexibeler loonkosten. Flexibiliteit en continuïteit zijn voor uitbestedende partijen natuurlijk belangrijke voordelen. Je moet als bedrijf over het algemeen wel minimaal 100 tot 150 werkplekken hebben wil het interessant

zijn om facilitaire diensten uit te besteden. Outsourcen om het outsourcen; dat stadium zijn we voorbij. De afgelopen jaren is er een grote ontwikkeling geweest van outsourcing waarbij door opdrachtgevers veel ervaring is opgedaan. Voor innovaties missen facilitaire dienstverleners vaak de kennis over het primaire proces van de opdrachtgever. Maar het *demand-management* aan de kant van de klant verandert ook. Denk aan energiebesparing; daarvoor moet de opdrachtgevende partij vaak investeringen doen. Zonder de samenwerking tussen dienstverlener en klant zijn de besparingen niet te realiseren.

In de nieuwste uitbestedingscontracten zien we dat afspraken over bijvoorbeeld onderliggende facilitaire diensten eruit worden gehaald, of voor een minder lange periode worden vastgelegd dan de andere afspraken. Zo is ruimte voor tussentijdse innovatie en aanpassingen. Het rijk heeft er nu voor gekozen een eigen schoonmaakbedrijf te starten. Dat lijkt vooral een politieke keuze, die niet wordt onderbouwd vanuit facilitaire of kostenoverwegingen. Het rijk heeft niet het volume om aansturing en innovaties te doen op deze tak van dienstverlening. Ook stijgen de kosten door de duurdere overheids-cao. Als het de overheid erom gaat de arbeidsvoorwaarden van het facilitair personeel te verbeteren, hadden ze dat beter op een andere manier kunnen aanpakken. Juist als rijksoverheid kun je immers invloed uitoefenen om iets te veranderen.'

Fiona van 't Hullenaar

Directeur Business Support
bij verzekeraar a.s.r.

'Bij a.s.r. werken 3.600 fte. We zijn gehuisvest in Utrecht, in een pand van 84.000 m² bvo dat momenteel volledig wordt gerenoveerd. Onze visie over uitbesteden is: je klant is je grootste goed, dat source je niet uit. We houden het allemaal het liefst zo dicht mogelijk bij onszelf. Binnen a.s.r. is er een "nee-tenzij" beleid, maar dat kan niet altijd.

De storingsdienst voor onze installaties bijvoorbeeld is uitbesteed; Strukton heeft gewoon meer expertise. Ook hebben we een partner gevonden in Facilicom. Zij sturen op duurzaamheid, efficiëntie en hospitality; dat vinden wij belangrijk. We hebben ons niet primair laten leiden



'Er zijn duidelijke *key performance indicators* afgesproken.'

De keuze om facility management in eigen beheer uit te voeren of uit te besteden vereist een rationele, strategische afweging. De materie is complex. Hoe verhouden langjarige uitbestedingscontracten zich tot de benodigde innovatie en flexibiliteit? En is het voornemen van de overheid om facilitaire diensten te gaan inbesteden het ei van Columbus of juist een heilloze weg?

door de kosten. Die wogen voor 40% mee in onze overweging. Met Facilicom is een *integrated service* contract afgesloten. Zij regelen schoonmaak, catering en beveiliging. We werken daarbij met output-afspraken. Facilicom bepaalt zelf hoe ze het afgesproken resultaat bereiken; het gaat om vertrouwen. Er zijn duidelijke *key performance indicators* afgesproken. Veel medewerkers van Facilicom zijn al tientallen jaren in ons gebouw aan het werk en dat vinden we prettig. Er was tot voor kort een zichtbaar verschil tussen onze eigen mensen en die van Facilicom. Dat vonden we niet kloppen. Wij beschouwen hen als eigen medewerkers, als collega's die bijdragen aan ons succes. Daarbij maakt het niet uit of je hen direct of indirect betaalt. Daarom zijn we nu bezig om alle medewerkers van Facilicom van onze bedrijfs- kleding te voorzien: polo's met a.s.r.-logo's. Dat straalt uit: jullie horen bij ons. En zo is het ook. We hebben niet overwogen om na de renovatie dit soort facilitaire diensten zelf te gaan doen. Die worden al tientallen jaren geoutsourced. Dus er is helemaal geen expertise in huis over hoe je bepaalde vlekken behandelt, een verantwoord weekmenu samenstelt of hoe je duurzaam en zinnig omgaat met bijvoorbeeld etensresten. Als je dat zelf wilt doen, moet je veel investeren in opleiding. Dat zou veel duurder zijn. Al zijn kosten niet de belangrijkste factor, een positieve business case is dat wel. Als we niet meer met Facilicom zouden kunnen werken, zouden we een andere partner zoeken.'

George Maas Managing partner bij Hospitality Consultants.

'Het voornemen om een Rijksschoonmaakbedrijf te vormen is dramatisch. Je kunt nu al voorspellen wat gaat gebeuren: er wordt een enorme moloch opgetuigd en over tien jaar wordt alles weer uitbesteed, met enorme transactiekosten als gevolg. Het is absoluut ondenkbaar dat het rijk zo'n type activiteit zelf kan uitvoeren met de kwaliteit en efficiency van professionele schoonmaakbedrijven. Je moet je niet met *no-core* activiteiten bezighouden. Een ziekenhuis moet mensen beter maken, de overheid moet beleid maken en uitvoeren. De overheid had er voor moeten zorgen dat er maatschappelijk verantwoord contracten werden afgesloten waarin schoonmakers een arbeids-overeenkomst krijgen van bijvoorbeeld minimaal 20 uur per week. En dat er geld is voor opleiding en training van schoonmaakpersoneel. PPS-contracten zijn zo ingewikkeld dat het erg kostbaar is om daar wijzigingen in aan te brengen. Dat zal ertoe leiden dat *soft services* in de toekomst geen onderdeel meer zijn van deze contracten. Een gebouw staat er over dertig jaar nog. Dus alles wat met stenen te maken heeft, kun je in een langjarig contract onderbrengen. Maar een bedrijfsrestaurant moet flexibel kunnen zijn. Wie had tien jaar geleden kunnen voorspellen dat we vandaag alles biologisch zouden willen? De trend is natuurlijk dat meer op output wordt gecontracteerd. Niet: ik wil drie soorten bruin brood in de kantine, maar: ik wil



'Het voornemen om een Rijksschoonmaakbedrijf te vormen is dramatisch.'

dat mijn medewerkers de catering een 7,5 geven. Taakintegratie is ook al langer een trend. Een multinational wil geen honderden dienstverleners die allemaal gespecialiseerd zijn in één ding, maar een bedrijf dat verantwoordelijk is voor alle facilitaire diensten. Onder invloed van Het Nieuwe Werken zie je nu de 'floor supervisor' ontstaan. Eén facilitair medewerker die verantwoordelijk is voor bijvoorbeeld een verdieping met 200 medewerkers. Die zorgt dat de vergaderzalen klaar staan, dat er koffie is en de planten water hebben. Dat generieke maakt het werk aantrekkelijker. En het is voor iedereen prettiger als overdag een Harry of Olivia rondloopt die aanspreekbaar is en herkend wordt.' ■

MAAR ÉÉN KANS VOOR EEN EERSTE INDRUK!



ZELF UW ENVELOP ONTWERPEN MET DE MAIL-CREATOR TOOL

- DRUKKEN IN LAGE EN HOGE OPLAGES (VANAF 50 STUKS).
- IN 1, 2 KLEUREN EN FULLCOLOUR.
- MOGELIJKHEID TOT PERSONALISEREN.

HOE WERKT HET?



mail-creator.nl
doe-het-zelf verzendoplossingen

1 | KIES UW PRODUCT
EN OPLAGE

2 | UPLOAD UW LOGO
OF AFBEELDING

▶ ADRESSENBESTAND UPLOADEN (OPTIONEEL)

▶ PORT BETAALD LOGO EN/OF RETOURLOGO TOEVOEGEN (OPTIONEEL)

▶ KWALITEITSCHECK. MAIL-CREATOR BEKIJKT UW BESTANDEN

3 | ONTWERP UW ENVELOP

▶ CHECK UW ONTWERP EN BESTELLING

4 | GA VERDER NAAR
UW WINKELWAGEN

5 | LOG IN OP UW EIGEN ACCOUNT
EN BETAAL OP EEN VEILIGE MANIER

U HEEFT UW BESTELLING TUSSEN 1-4 DAGEN IN HUIS

De disfunctionerende werknemer: Dossieropbouw blijft van wezenlijk belang!

Indien de werkgever afscheid wil nemen van een werknemer die onder de maat presteert, moeten wij vaak constateren dat geen verbetertraject is uitgezet en er evenmin een dossier is opgebouwd. De rechter verwacht echter dat de werknemer duidelijk wordt gemaakt wat de (functie)eisen zijn en in hoeverre hij daaraan al dan niet voldoet, de zogenaamde nulmeting.

Ook moet met een disfunctionerende werknemer een verbetertraject worden afgesproken. Daarvoor bestaat geen vaste werkwijze, maar gedacht kan worden aan periodieke gesprekken over het functioneren, coaching en/of begeleiding en het aanbieden van opleiding. Deze gesprekken moeten schriftelijk worden bevestigd en worden voorzien van concrete voorbeelden. Veelal moet bij een dergelijk traject gedacht worden aan een periode van 6 tot 12 maanden. De werknemer moet ook te kennen worden gegeven dat het 'vijf voor twaalf' is en dat de arbeidsovereenkomst beëindigd zal worden als het functioneren niet drastisch verbetert.

Los hiervan is het zaak om problemen op tijd te signaleren en tussentijdse opmerkingen vast te leggen in bijvoorbeeld een e-mail en door regelmatig functionerings- of beoor-



mr Sylvia Gerdes
Van Benthem & Keulen
Advocaten & Notariaat
sylviagerdes@vbk.nl

delingsgesprekken te houden. Echter, ondanks het feit dat er geen dossier is opgebouwd en er geen verbetertraject is aangeboden, kunnen wij nu vaak toch een beëindiging van de arbeidsovereenkomst bewerkstelligen. Aan het ontbreken van een dossier c.q. verbetertraject hangt dan vaak wel een hoog prijskaartje.

Als gevolg van de inwerkingtreding van de Wet Werk en Zekerheid zal het vanaf 1 juli 2015 veel lastiger worden

om in dergelijke situaties de arbeidsovereenkomst te beëindigen. Er wordt namelijk expliciet in de wet opgenomen dat het bij beëindiging wegens disfunctioneren een voorwaarde is dat de werkgever de werknemer tijdig van het disfunctioneren in kennis heeft gesteld en hem voldoende gelegenheid heeft geboden zijn functioneren te verbeteren. Ook mag het disfunctioneren niet het gevolg zijn van onvoldoende zorg voor scholing of voor de arbeidsomstandigheden. Hier komt bij dat de hoogte van de transitievergoeding, die veel lager ligt dan de huidige beëindigingsvergoedingen, wettelijk vastligt en de rechter daarvan alleen mag afwijken wanneer de ontbinding het gevolg is van ernstig verwijtbaar handelen of nalaten van de werkgever. Afscheid nemen zonder dossier of verbetertraject valt daar waarschijnlijk niet onder.

Wij verwachten dat rechters, gelet op de grote financiële gevolgen van het ontslag voor een werknemer, veel vaker dan nu tot afwijzing van ontbindingsverzoeken zullen overgaan. U kunt daarop anticiperen door nu al te beginnen met een goede dossieropbouw en een duidelijke beoordeling aan het einde van 2014! ■

Fluwelen Handvat koestert haar roots

Samen ondernemen in Utrecht-Oost

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE HANS KOKX

In Het Fluwelen Handvat zijn ondernemers uit Utrecht-Oost verenigd. Met haar vestiging aan de Maliebaan is de Rabobank Utrecht letterlijk dichtbij en betrokken bij deze ondernemers. Het Fluwelen Handvat koestert haar roots in meerdere opzichten. Bijeenkomsten vinden plaats in het werkgebied. En al is het geen formele doelstelling, het Fluwelen Handvat waakt nadrukkelijk over de belangen van 'haar' deel van Utrecht. 'Als een van de grootste ondernemersverenigingen in de stad is dat een vanzelfsprekende verantwoordelijkheid.'

De intrigerende naam van het Fluwelen Handvat verdient nadere toelichting. 'De Maliebaan werd in 1637 aangelegd voor het destijds zeer populaire maliespel,' vertelt voorzitter Jacques Peeters, Teamleider Bedrijven Advies bij Rabobank Utrecht. 'De kunst was om een bal in zo min mogelijk beurten tussen twee palen te slaan. Hiervoor werd een stok met een fluwelen handvat gebruikt.'

Veel werkgelegenheid

Met de faciliteiten voor het maliespel beoogde Utrecht meer studenten te trekken voor de net opgerichte universiteit. Met succes. Nog altijd is het gebied rond Maliebaan en Wilhelminapark een aantrekkelijke locatie, maar dan als plek om te wonen en te werken. 'Er is hier veel werkgelegenheid geconcentreerd, vooral in de zakelijke dienstverlening: advocaten, notarissen, banken, makelaars.' In 1993 richtte een aantal van deze ondernemers een vereniging op waar zij elkaar regelmatig konden treffen. Het Fluwelen Handvat was een feit.

Lopen of fietsen

De vereniging bestrijkt een geografisch gebied dat globaal begrensd wordt door Waterlinieweg, Biltstraat, Kromme Rijn en

de singels. Het Fluwelen Handvat telt zo'n 125 leden. 'Hoofddoelstelling is om elkaar te ontmoeten en beter te leren kennen. Daartoe vindt tweemaandelijks een activiteit plaats, vaak met een inhoudelijke component. Vertrouwde elementen zijn onder meer de jaarlijkse ledenvergadering in Het Spoorwegmuseum, een cultureel uitstapje en het jeu de boulesstoernooi. Ook de borrel tijdens de Piekenkermis staat stevast op het programma' Vrijwel alle activiteiten vinden plaats in Utrecht-Oost. 'Dat draagt zeker bij aan een de hoge gemiddelde opkomst,' weet bestuurslid Theo Pranger, eigenaar van Statement Real Estate. 'Om een bijeenkomst bij te wonen, moet je vaak een tijd in de auto zitten. Maar bij het Fluwelen Handvat vindt alles op loop- of fietsafstand van kantoor plaats. Dat maakt de drempel om te gaan een stuk lager. En het past ook bij het karakter van Utrecht-Oost. Het is een compact gebied waar je elkaar regelmatig tegenkomt.'

Vers bloed

Het ledenaantal van het Fluwelen Handvat schommelde lang rond de 100, maar de laatste jaren is sprake van een behoorlijke groei. 'Elke vereniging heeft baat bij vers bloed,' vindt bestuurslid Boudewijn Joosen, partner

bij Barlavento en verantwoordelijk voor de werving van nieuwe leden. 'Naast een vaste, trouwe kern is het goed als regelmatig nieuwe leden instromen. De laatste tijd is dat zeker gelukt. Het Fluwelen Handvat is verjongd en er meldden zich bijvoorbeeld ook bedrijven uit de creatieve sector als lid. Dat draagt bij aan de diversiteit van het netwerk.'

Goede afspiegeling

Vastomlijnde criteria voor het lidmaatschap zijn er niet, aldus Peeters. 'Wel is het belangrijk dat de vereniging een goede afspiegeling blijft van de bedrijvigheid in het werkgebied. Daarom letten we er bijvoorbeeld op dat geen sterke oververtegenwoordiging ontstaat van een bepaalde sector.'

Het Fluwelen Handvat is geen netwerk waar bij het draait om onderlinge acquisitie. 'De nadruk ligt op het leren kennen van andere ondernemers in het gebied,' aldus Joosen. 'En ken je elkaar, dan kun je bij een vraag of probleem even een medelid raadplegen zonder dat direct de meter gaat lopen.' 'Je treft bij ons geen bedrijven die driftig op zoek zijn naar nieuwe opdrachten,' weet ook Pranger. 'Natuurlijk worden onderling zaken gedaan en beveel je elkaar aan. Maar dat is niet het primaire doel.'

Verantwoordelijkheid

Het Fluwelen Handvat houdt zich in toememende mate bezig met belangenbehartiging. 'Het is geen formele doelstelling,' aldus Peeters. 'Wel zien wij belangenbehartiging als een vanzelfsprekende verantwoordelijkheid, horend bij een van de grootste ondernemersverenigingen in de stad.' Het bestuur heeft regelmatig overleg met de wijkmanager van Utrecht-Oost. 'Dan komen vooral onderwerpen aan de orde als verkeer, infrastructuur en



Boudewijn Joosen, Theo Pranger en Jacques Peeters: samen ondernemen in Utrecht-Oost.

openbare ruimte. Waar nodig informeren wij de leden over relevante ontwikkelingen.' Ook is het Fluwelen Handvat vertegenwoordigd in Platform Ondernemend Utrecht. 'Hierin hebben alle lokale ondernemersverenigingen zitting. Het platform onderhoudt regelmatige contacten met de Utrechtse politiek en het gemeentebestuur. Ook daar kunnen we dus indirect onze invloed laten gelden.'

Unaniem

Utrecht kent sinds 2012 een stadsbreed ondernemersfonds. Via een verhoging van het gebruikers- en eigenarendeel OZB niet-woningen kunnen in zeventig gebieden collectieve activiteiten ook collectief worden gefinancierd. Door de gekozen opzet gooien *free riders* niet langer roet in het eten en worden actieve ondernemers beloond. Sinds vorig jaar fungeert het Fluwelen Handvat als trekingsgerechtigde voor het ondernemersfonds in Utrecht-Oost. 'Nadat het verzoek hiertoe binnenkwam, hebben wij de vraag voorgelegd aan de leden,' aldus Pranger. 'Die waren unaniem voor.'

Zeer zorgvuldig

In het gebied brengen 380 OZB-betalers de collectieve middelen op. Samen mogen zij beslissen over de besteding ervan. Peeters: 'Om de communicatie met deze organisaties goed te laten verlopen, is een professioneel secretariaat aangesteld. Ook hebben we een onafhankelijke commissie gevormd die de binnenkomende aanvragen beoordeelt.' Joosen en Pranger hebben daar namens het Fluwelen Handvat zitting in, samen met een aantal vertegenwoordigers van buiten de vereniging. Is de commissie het eens over een aanvraag dan wordt deze voorgelegd aan het bestuur. 'Wij hebben een scherp oog

voor transparantie en een adequate financiële afhandeling. Het betreft gemeenschapsgeld, afkomstig van organisaties in het gebied. Daar gaan wij zeer zorgvuldig mee om.'

Verbetering en verfraaiing

Waar moeten aanvragers op letten bij een suggestie voor de inzet van middelen uit het ondernemersfonds? 'Belangrijk is dat het voorstel goed onderbouwd en uitgewerkt is. Daarbij speelt niet alleen de initiële investering een rol. Vaak is sprake van toekomstig onderhoud. Ook de middelen daarvoor moeten geborgd kunnen worden.'

Tot nu toe hebben aanvragen uit Utrecht-Oost veelal betrekking op verbetering en verfraaiing van de openbare ruimte. 'Actueel voorbeeld is het vervangen van de straatlantaarns langs de hoofdrijbaan van de Maliebaan. Dat vindt binnenkort plaats,' zegt Pranger. 'Ook is vanuit het ondernemersfonds bijgedragen aan extra activiteiten in het gebied tijdens de Open Monumentendag. Aanvragen voor onder meer de collectieve aanleg van glasvezel en een bijdrage aan het te plaatsen Joods Monument lopen nog.' Al neemt het animo toe, meer plannen en ideeën zijn van harte welkom. 'Ook nodigen wij organisaties nadrukkelijk uit om mee te praten over de besteding van de middelen uit het ondernemersfonds. Die zijn van ons allemaal, en dus ook voor ons allemaal.' ■

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.

EVENT PLAZA

BUSINESS EVENTS

5 PARTY ZALEN



Amsterdam - Utrecht = 50 km
Rotterdam = 20 km
Den Haag = 2 km
NS station = 250 mtr
12.000 m² parkeerterrein

Wij zoeken **ZEER** Grote Partijen,
Voor onze **ZEER** Grote Zalen
Die hebben **ZEER** Grote Keukens
voor eigen catering
Wij hebben een **ZEER** Centrale Ligging
Met een Gratis **ZEER** Groot Parkeerterrein

Examen
Congres
Workshop
Meeting
"FEEST"!!
tot 5000 personen

Lange Kleiweg 86 2288 GR Rijswijk - via Plaspoelpolder west - www.eventplaza.nl

BLR-Bimon specialist in binnenklimaat

'Altijd oog voor nieuwe techniek'

Met de levering en installatie van comfort-airconditioning was BLR-Bimon in de jaren 70 een pionier. Anno 2014 is het familiebedrijf gespecialiseerd in alles wat te maken heeft met het binnenklimaat: vloerverwarming, airconditioning, cv-installaties, luchtbehandeling en warmtepompen. Gebleven is het scherpe oog voor relevante innovaties. Duurzaamheid wordt daarbij steeds belangrijker.

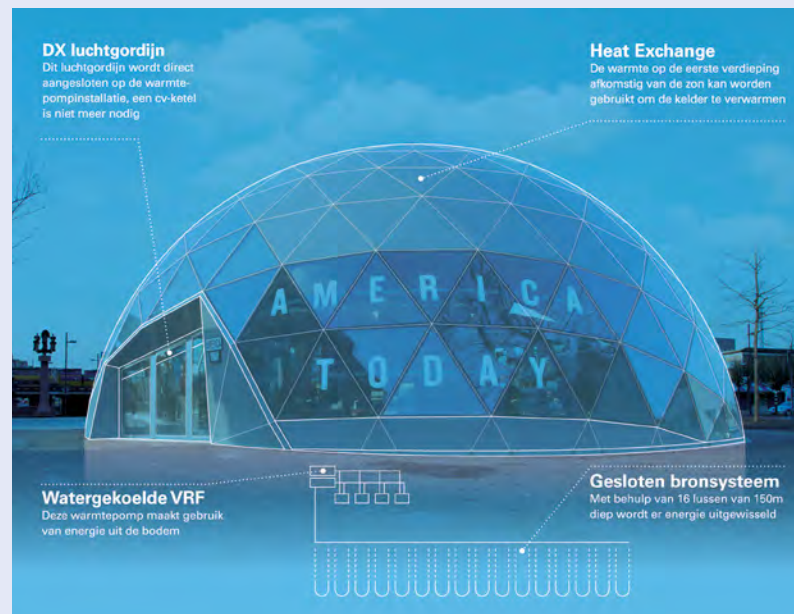
'Voor veel klanten is het klimaat een cruciaal onderdeel van hun bedrijfsvoering. Met onze brede expertise bieden we ze één aanspreekpunt. Daarbij denken wij in oplossingen, niet in problemen.' Aan het woord is Wim Birkhoff, samen met zijn broer Jan Paul eigenaar van BLR-Bimon. Zij namen het bedrijf over van hun vader Kees die BLR-Bimon in 1969 oprichtte.

Lange klantrelaties

De 75 medewerkers van BLR-Bimon houden zich bezig met advies, installatie, service, onderhoud en beheer. 'Wij werken onder meer voor de landelijke winkelketens van Coolcat, KPN Retail, Mediq en Coltex Retail, en voor partijen zoals Starbucks, NS Retail, Gall & Gall, Zeeman en Etos. Daarnaast zijn we actief in de kantoren- en zorgsector, en in toenemende mate ook op de leisuremarkt. Denk aan fitnesscentra of de complete klimaatinstallatie in een bioscoop.' Opvallend bij BLR-Bimon zijn de lange klantrelaties. 'Zo leverde mijn vader de airconditioning in de eerste winkel van Coolcat-eigenaar Roland Kahn. Nu, tientallen jaren later, zijn we verantwoordelijk voor de complete klimaatinstallatie in het nieuwe kantoor van Coolcat. Een gebouw met een oppervlakte van 7.000 m².'

Energie neutraal

Opdrachtgevers van BLR-Bimon kiezen steeds vaker voor een duurzame installatie. 'Zoals vloerverwarming in combinatie met een warmtepomp; een zeer efficiënte manier van verwarmen. Gebruik van groene energie zorgt daarbij voor een CO²-neutrale situatie. Door zelf energie op te wekken, bijvoorbeeld met zonnepanelen, ga je nog een stap verder. Dan is de installatie ook energieneutraal.' Dat wordt in de toekomst gemeengoed, verwacht Birkhoff. 'Nu al zie je projecten waarbij een energieverbruik van nul als eis wordt gesteld. Technisch is dat geen probleem. Wel speelt altijd de afweging tussen investering en terugverdientijd. Daarom ontwerpen wij installaties vaak zo dat ze later eenvoudig verder verduurzaamd kunnen worden.'



Dat BLR-Bimon een klimaatspecialist is die verder kijkt, wordt duidelijk bij de Bubble van America Today in Eindhoven.

Enorme potentie

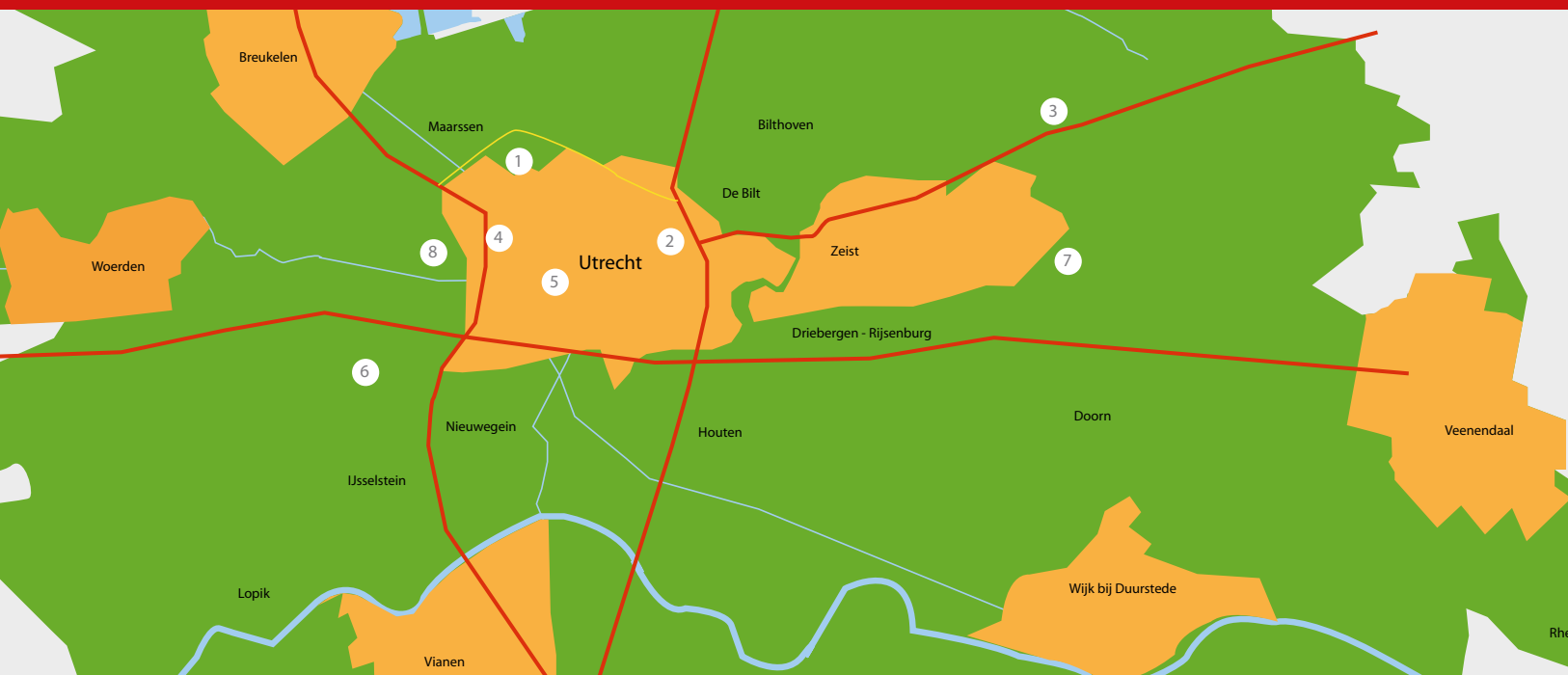
Ondanks de crisis is BLR-Bimon blijven investeren in kennisontwikkeling, marketing en ICT. 'Die strategie werpt nu vruchten af. De groei zit er stevig in en het perspectief voor de komende jaren is prima. Daarbij kiezen wij nadrukkelijk voor een brede dienstverlening. Met zowel een volwaardige adviesrol als voldoende goede vakmensen voor de uitvoering van projecten.'

Het Montfoortse bedrijf blijft continu op zoek naar nieuwe technische oplossingen, onder meer op het gebied van warmtepompen. 'Die zullen in de toekomst veel breder worden ingezet dan nu al het geval is,' weet Birkhoff. 'In tegenstelling tot de vrijwel uitontwikkelde cv-ketel hebben warmtepompen nog een enorme potentie voor verdere verbetering. Die ontwikkeling volgen wij op de voet, met een scherp oog voor relevante innovaties en de praktische toepasbaarheid ervan voor onze klanten.' ■

Voor meer informatie:

BLR-Bimon bv - Aardvletterweg 3a - 3417 XL MONTFOORT
T 0348-472247 - www.blr-bimon.nl

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.

RESTAURANT

Belle

Prachtige locatie aan de Vecht

Restaurant | Vergaderen | Trouwen | Feesten | Terras aan het water

Restaurant Belle
Dorpsstraat 12 | Oud Zuilen
030 244 1790 | www.restaurantbelle.nl

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

Download onze App
iOS + Android

www.kontaktdercontinenten.nl - Soesterberg

Vineyard food & drinks

to go • to stay • to work

Restaurant en werklocatie

Open op maandag t/m vrijdag vanaf 7 uur!

Atoomweg 63, Utrecht:
A2, afslag 7, volg X

www.vineyardfoodanddrinks.nl

Interieur fotografie: Bas Arps

Ontbijt | lunch | diner | wifi | gratis scannen en printen | oplaad- en aansluitpunten

Cursus- en
vergadercentrum

DOMSTAD

“Onze transparante prijsstelling
kan het daglicht zeker verdragen”

Ervaar de lichte zalen en heldere offertes

www.accommodatiedomstad.nl

5



**ARNEMOENDE
RESTAURANT**

Boek uw kerst-
of eindejaars-
bijeenkomst tegen een
aantrekkelijk tarief.
Ook verzorgen wij een
buffet op locatie.

Vergaderen * Trouwen * Feesten * Terrasserie * Catering

Noord IJsseldijk 107 D - 3402 PG IJsselstein - T 030 6875390
WWW.RESTAURANTMARNEMOENDE.NL

6

BUSINESS FLITSEN



FORTTERREIN OVEREINDSEWEG TE KOOP

Het fortterrein aan de Overeindseweg is te koop. De gemeente Nieuwegein zoekt een initiatiefnemer voor de herontwikkeling van het unieke gebied. Dit bevat restanten van de Hollandse Waterlinie, waaronder een houten artillerieloods en een betonnen bomvrij wachthuis. De zogenoemde ‘Batterijen aan de Overeindseweg’ werden in 1871-1873 aangelegd als voorpost voor Fort Jutphaas. Het fortterrein aan de Overeindseweg ligt aan de noordzijde van het Amsterdam-Rijnkanaal, ter hoogte van de Plofsluis. Verkoop van het terrein vindt plaats via openbare inschrijving. Die staat open voor iedereen; de markt wordt uitgedaagd om met creatieve ideeën te komen. In oktober waren er twee kijkdagen. Geïnteresseerden kunnen tot en met 17 november hun visie indienen bij de gemeente Nieuwegein.



Woudschoten
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

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

7

NIEUW BESTUUR VERENIGING PARKMANAGEMENT PAPENDORP

De leden van de Vereniging Parkmanagement Papendorp (VPP) kozen op 18 september een nieuw bestuur. Het vorige bestuur trad terug nadat naar buiten kwam dat het niet transparant was geweest over de verstrekking van opdrachten aan ondernemingen van bestuursleden en/of hun familieleden. Vervolgens werd een tijdelijke taskforce benoemd, die zich met name bezighield met het opstellen van nieuwe gedragsregels en het formeren van een nieuw permanent bestuur. Voorzitter hiervan is oud-notaris Jaap Schuttevaer. Verder hebben zitting de ondernemers Frank van der Velde (vicevoorzitter), Johan Bot (penningmeester), Luc de Vries en Jacco Vroegop. Het nieuwe VPP-bestuur zal zich – naast op de toekomst en verdere ontwikkeling van het kantorengedebied – richten op de afhandeling van de kwestie die leidde tot het terugtreden van het voormalige bestuur.



Anafora
PARKRESTAURANT

Kerstdiner &
Nieuwjaars-
borrel

Wees welkom in de culinaire
huiskamer in het inspirerende Máximapark

www.anafora.nl - 030-6771005 - Utrechtseweg 4 - 3451 GB Vleuten

8

Beproefd netwerkconcept nu ook in Utrecht

Geslaagde kick-off tussen de treinen

Op maandag 15 september was Het Spoorwegmuseum gastheer van de eerste Business Ontmoet Business (BOB) Borrel in Utrecht. Dit beproefde netwerkconcept is door uitgeverij Van Munster Media al in de regio's Noord-Limburg, Rivierenland, Gelderse Vallei en Oost-Gelderland uitgerold, waar zij met eveneens met Business-magazines actief is. Met de kick-off in het Spoorwegmuseum voegt ook Utrecht Business zich bij dit rijtje. Speciale gasten waren oud-wielrenster Leontien Zijlaard-van Moorsel met haar man Michael Zijlaard en Cor Jansen van het Business Peloton Utrecht.

De BOB-deelnemers konden eerst kennismaken met de prijswinnende nieuwe attractie van het museum, de Vuurproef. Daarna volgde het plenaire programma in de theaterzaal waar de bijna 150 gasten welkom werden geheten door museumdirecteur Paul van Vlijmen en BOB-organisator Danny Toonen. Daarna volgde de presentatie van Cor Jansen van Business Peloton Utrecht over de

Utrechtse Tourstart in 2015 en de kansen die dit mondiale evenement biedt voor stad en regio.

Leontienhuis

Hoogtepunt van de kick-off was het interview met Leontien Zijlaard-van Moorsel en Michael Zijlaard over haar sportcarrière, het overwinnen van haar eetstoornis en hun huidige project: de

BOB IN BEELD

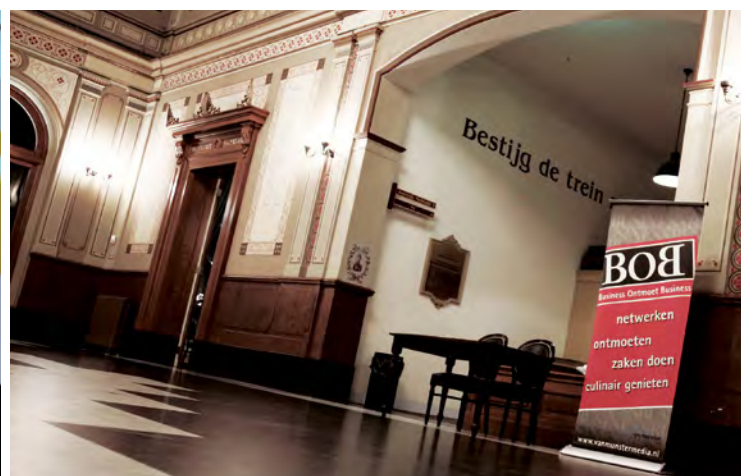
Alle foto's en filmpjes van de BOB-Borrels zijn te zien op bob.utrechtbusiness.nl. Gebruikt u een smartphone dan volgt bij het bezoek aan de website direct de vraag of u van de mobiele versie gebruik wilt maken.





BENIEUWD NAAR BOB?

Wilt u ook een BOB meemaken? Schrijf u gratis in via bob.utrechtbusiness.nl en selecteer de BOB van uw voorkeur. Zodra u zich heeft aangemeld, is dit bij het desbetreffende BOB-event te zien. Ook kunt u dan meteen een eigen bedrijfsprofiel aanmaken. BOB-leden kunnen hun gegevens op een uitgebreid bedrijfsprofiel aanpassen. Dat kan bovendien geheel naar eigen wens van extra informatie en afbeeldingen worden voorzien. Meer weten over BOB? Neem dan contact op met BOB-organisator Danny Toonen (024-3503240 of danny@vanmunstermedia.nl).



BIJDRAGEN AAN BOB?

Heeft u als ondernemer of bedrijf een bijzondere locatie die als decor voor een BOB-bijeenkomst kan dienen? Of bent u een gastspreker met een interessant onderwerp voor ondernemers in Midden-Nederland? Neem dan contact op met Danny Toonen.

realisatie van het Leontienhuis waar jongeren met een eetstoornis in een beschermde omgeving steun en begeleiding krijgen. Danny Toonen: 'De eerste Utrechtse BOB was een groot succes; ik heb alleen maar positieve reacties ontvangen. Door het bezoek aan de

Vuurproef waanden we ons direct in een andere wereld. De voortreffelijke verzorging door cateraar Vermaat met onder andere een walking dinner maakte het tot een geslaagde avond.'

Kom kennismaken

BOB is een netwerkplatform voor een brede doelgroep. 'Ondernemers, directeurs en professionals van bedrijven, overheden en non-profitorganisaties in de regio kunnen gedurende onze netwerkevenementen op informele wijze in contact treden met gelijkgestemden,' aldus Toonen. 'Juist de persoonlijke contacten, de verhalen die mensen te vertellen hebben en het uitwisselen van ervaringen is bij BOB van wezenlijk belang. Na de succesvolle kick-off in

Het Spoorwegmuseum zullen vanaf nu regelmatig BOB-Borrels in Midden-Nederland plaatsvinden, soms gecombineerd met andere regio's. Graag nodig ik alle ondernemers van harte uit om één keer gratis deel te nemen. Ik weet zeker dat ook zij meteen enthousiast zijn over dit beproefde netwerkconcept!' ■

BOB Utrecht Business maakt onderdeel uit van Utrecht Business, het on/offline platform voor ondernemers uit Midden-Nederland. www.utrechtbusiness.nl

Parkmanagement bewijst duurzame meerwaarde in Leidsche Rijn

Met het oog op de toekomst

Engeland is de bakermat van parkmanagement. Dus daar stak de gemeente Utrecht haar licht op toen de uitgifte van werklocaties in Leidsche Rijn in de tweede helft van de jaren 90 aanstaande was. 'De gemeente raakte overtuigd van de duurzame meerwaarde van parkmanagement. Van begin af aan is deelname hier verplicht,' meldt René Pfeiffer, manager Grontmij Parkmanagement Nederland en al meer dan acht jaar verantwoordelijk voor Businesspark Papendorp en Bedrijvenpark De Wetering/Haarrijn.

Deze gebieden worden inmiddels nationaal gezien als een schoolvoorbeeld van succesvol parkmanagement. 'Regelmatig krijgen wij vertegenwoordigers van andere gemeenten op bezoek. Zij willen onze succesvolle aanpak met eigen ogen bekijken.'

Standaardpakket

Formele opdrachtgevers van Grontmij zijn de parkmanagementverenigingen Papendorp en De Wetering-Haarrijn waarbij alle erfpachters c.q. grondeigenaren zijn aangesloten. 'Dit is opgenomen in de erfpachtovereenkomst. Iedereen committeert zich aan de afname van het standaardpakket. Dat bestaat onder meer uit beheer en onderhoud van openbaar gebied en private kavels, collectieve terreinbeveiliging, gladheidbestrijding, openbare verlichting en afvalinzameling. Aanvullende wensen faciliteren wij waar mogelijk. Via de verenigingen beslist iedereen mee over onze activiteiten en prioriteiten. De gemeente Utrecht houdt als bijzonder lid een vinger aan de pols.'

Naleving regelgeving

Bijzonder is dat Grontmij ook de architectonische en stedenbouwkundige randvoorwaarden nauwlettend bewaakt. 'Denk aan borden die zonder vergunning worden geplaatst of illegale aan- en verbouw. Maar ook andere zaken die de uitstraling van de terreinen aantasten, worden nadrukkelijk gemonitord. Op grond van de verenigingsstatuten kunnen wij daartegen optreden, met als zwaarst mogelijk sanctie een forse boete. Zo blijft de (esthetische) kwaliteit van het totale gebied gewaarborgd. Van belang voor de korte termijn, maar zeker ook met het oog op de toekomst.'

Spin in het web

Voor het parkmanagement in Leidsche Rijn zijn namens Grontmij al jarenlang dezelfde personen actief. 'Bewoners hebben dus te maken met vertrouwde aanspreekpunten,' aldus Pfeiffer. 'Die continuïteit stellen zij zeer op prijs. En wij kunnen onze rol steeds verder verdiepen. Wij kennen alle bedrijven op de terreinen, zijn op de hoogte van hun wensen en verwachtingen. Daardoor kunnen we ons werk beter doen. Ook met de verschillende onderdelen van de gemeente zijn prima contacten en korte lijnen. Als spin in het web treden wij regelmatig op als informele intermediair tussen beide partijen. Geen formele taak, wel een logisch gevolg van onze betrokkenheid en dienstverlenende instelling.' Grontmij is ook nadrukkelijk actief in de lokale netwerken. Zo is Pfeiffer



René Pfeiffer: 'Ik weet zeker dat wij ook voor andere gebieden in zowel de stad als de provincie Utrecht aantoonbare toegevoegde waarde kunnen bieden.'

Recente transacties zoals bol.com en DELA benadrukken de onverminderde aantrekkingskracht van Papendorp en De Wetering/Haarrijn. De kantoren- en bedrijventerreinen van Leidsche Rijn zijn belangrijke visitekaartjes van Utrecht. Het parkmanagement dat de gemeente er ruim 14 jaar geleden initieerde, draagt daar in belangrijke mate aan bij. 'Het waarborgt de kwaliteit en uitstraling van de gebieden voor een – inmiddels bewezen – duurzame toekomst.'

DUURZAME EXPERTISE

Parkmanagement maakt al bijna 15 jaar onderdeel uit van de activiteiten van het Grontmij-concern (met hoofdvestiging in De Bilt). Daarnaast beschikt dit toonaangevende Europese advies- en ingenieursbureau over uitgebreide expertise op het gebied van onder meer duurzame gebouwen, energie, wegen en water. 'In toenemende mate zijn ook andere bedrijfsonderdelen van Grontmij in de regio Utrecht actief,' vertelt René Pfeiffer. 'Lennart van der Burgt, een van de specialisten duurzaamheid bij Grontmij wordt bijvoorbeeld ingeschakeld door de Stichting Innovatie en Promotie De Wetering-Haarrijn, kort-

weg STIP. Onder het bevoegde voorzitterschap van Edward van Tuinen (Global Manager Real Estate & Facilities van de internationale zorgonderneming Mediq) stimuleert en ondersteunt deze stichting vernieuwende initiatieven van ondernemers op het terrein. Voor de uitvoering ervan worden via STIP gelden ingezet van het Ondernemersfonds Utrecht. Grontmij is in opdracht van STIP betrokken bij de duurzaamheidsprojecten Ecotransferium/mobiliteit, zonnepanelen (ondersteund door SDE-subsidie) alsmede energiebesparing en verduurzaming.'

mede-initiatiefnemer van zowel Business Club De Wetering-Haarrijn als de Utrechtse Haringparty en Kerstborrel.

Grootste ter wereld

Het animo voor vestiging in Leidsche Rijn had uiteraard te lijden onder de crisis. 'Maar de potentie van "onze" terreinen blijkt onverminderd groot. Kijk naar DELA dat op De Wetering-Haarrijn 20.000 m² afneemt voor een uitvaartcentrum. In hetzelfde gebied is textielverzorging G. van der Kleij vergoederd met de aankoop van een vergelijkbaar metrage. Hier moet de grootste en meest duurzame industriële horecawasserij ter wereld een plek krijgen.' Ook Papendorp noteert mooie successen. 'Eerder al vestigde Unit4 (bijna 10.000 m²) zich in het WTC, het voormalige complex van Capgemini. En onlangs werd bekend dat bol.com hier maar liefst 18.000 m² huurt. De komst van zo'n toonaangevend bedrijf onderstreept de nog altijd aanwezige aantrekkingskracht van Papendorp. Die neemt verder toe door het pas geopende westelijke ov-knooppunt van Utrecht. De busverbinding met het stadscentrum en de omliggende plaatsen wordt hierdoor fors verbeterd, met als resultaat uiteindelijk elke minuut een bus op Papendorp.'

Spin off

De prima performance van Grontmij Parkmanagement in Utrecht valt op en krijgt steeds meer spin-off. 'Wij hebben bijvoorbeeld in het kader van beveiliging zowel ervaring met cameratoezicht (Papendorp) als met mobiele surveillance (De Wetering/Haarrijn). Op grond van deze expertise kregen wij recent de opdracht om voor acht Utrechtse bedrijventerreinen een Europese aanbesteding

voor cameratoezicht te initiëren en volledig te begeleiden. Doel is om te komen tot een aanzienlijke verbetering van de huidige prijs-kwaliteitverhouding.'

Jarenlange ervaring

Pfeiffer zet de dienstverlening van Grontmij op het gebied van parkmanagement graag nog breder in. 'Ik weet zeker dat wij ook voor andere gebieden in zowel de stad als de provincie Utrecht aantoonbare toegevoegde waarde kunnen bieden. Er staat een perfect ingespeelde organisatie met jarenlange ervaring. Opschaling is dan ook eenvoudig te realiseren. Of het nu gaat om parkmanagement in brede zin zoals in Leidsche Rijn of om onderdelen daarvan. Goed begin kan bijvoorbeeld zijn om te starten met het managen van het (collectieve) beveiligingsaspect, of beheer en onderhoud van het openbare gebied. Bij dat laatste komen de kosten uiteraard voor rekening van de gemeente. Onze inzet op dit onderdeel betreft alleen managementkosten en vergt slechts een beperkte meerinvestering. Maar wel met de significante voordelen van een professionele beheerorganisatie met een groot moederbedrijf – lees Grontmij Nederland – achter zich. Inmiddels zijn al gesprekken gaande over samenwerking met andere gebieden in de stad en regio.' ■

Voor meer informatie:

Grontmij Parkmanagement Nederland
T 030 241 22 23 - info@grontmijparkmanagement.nl
www.grontmij.nl

UIT UIT! UIT UIT! U



IMPONEREND EN GELOOFWAARDIG

Uitstekende recensies kreeg 'De laatkomer' eind september, toen de voorstelling in première ging. En terecht, want zowel het verhaal, de monologen en dialogen als de acteurs zijn top. Vooral Hans Dagelet als Désiré is imponerend en absoluut geloofwaardig. In zijn tekstbewerking, maar ook door zijn overtuigende spel. Dagelet speelt een man op leeftijd die de kleinerende houding van zijn vrouw zat is en weer plezier in het leven wil hebben. Hij besluit daarom revanche te nemen en belazert zijn omgeving op hilarische wijze door zich voor te doen als demente, incontinente grijsaard. Dat maakt zijn leven tot één groot feest. Uitsmijter is de ontmoeting met zijn inmiddels demente jeugdliefde Rosa in een tehuis. Een mooie en uitdagende vrouw die hij nooit heeft durven kussen en die hem nu niet meer herkent. De laatkomer is een oproep om nu te leven. Niet morgen, niet volgend jaar, maar nu!

Te zien op 6 november in de Stadsschouwburg Utrecht, op 18 november in de Goudse Schouwburg en op 11 december in De Flint in Amersfoort.
www.nnt.nl

TV-CABERETIER VEROVERT THEATER

Richard Groenendijk is iemand die optimaal gebruik maakt van de impact van tv. De cabaretier die al in de vorige eeuw zijn eerste programma maakte, bleef tot vijf jaar geleden bij het grote publiek relatief onbekend. Na zijn tv-première in Wie is de Mol werd Groenendijk eind 2012 een grote hit bij Ranking the Stars. Zijn originaliteit en brutaliteit kwamen uitstekend tot hun recht op de beeldbuis. Sindsdien moet u er snel bij zijn om theaterkaartjes voor Groenendijk te bemachtigen. Dus...doe uw best.

Te zien op 13 november in De Speeldoos in Baarn en op 6 december in het Fulcotheater IJsselstein.
www.richardgroenendijk.nl



SWINGENDE HARPGOEROE

Wat Janine Jansen is voor de viool, is Remy van Kesteren voor de harp. Niet alleen een begenadigd bespeler maar vooral ook een pleitbezorger. Van Kesteren is de grote inspirator en aanjager van verrassende harpprojecten zoals het jaarlijkse internationale harpfestival in Utrecht. Onlangs presenteerde hij zijn nieuwe cd: Memento. Een warmbloedige productie met veel Zuid-Amerikaanse invloeden en Latijns-Amerikaans temperament. Het lijkt er warempel op dat Van Kesteren de harp als een swingend muziekinstrument bespeelt. Opmerkelijk, en dus zeker de moeite waard.

Te zien op 15 november in TivoliVredenburg.
www.remyvankesteren.nl



IT **UIT** **UIT!** **UIT** **UIT**



DE WARME WINKEL EN **GAVRILO PRINCIP**

Ondanks diverse imponerende voorstellingen is het Utrechtse gezelschap De Warme Winkel nog relatief onbekend. Onbemind zijn de makers gelukkig steeds minder. Daarom mochten ze dit voorjaar in het Holland Festival de première spelen van hun nieuwste monsterproductie: Gavriilo Princip. Een gedurfde voorstelling over de moordenaar van prins Franz Ferdinand; een gebeurtenis die honderd jaar geleden de opmaat vormde voor de Eerste Wereldoorlog. De Warme Winkel schetst met filmbeelden de wereld van toen; het decadente Habsburgse leven en de armoede van boerenzoon Princip in Bosnië. De voorstelling gaat over een wereld die op het punt staat te verdwijnen, maar ook over een anarchist die de elite omver wil werpen. En over de machtige hand van het toeval. In de ruim twee uur durende theatrale reconstructie zit veel humor, ernst en spanning. Wat ontbreekt, is uitleg en duiding. Daarom slaagt De Warme Winkel erin de geschiedenis een gelaagdheid te geven die het juist op toneel zo goed doet.

Te zien op 29 november in de Stadsschouwburg Utrecht.
www.dewarmewinkel.nl

TWEDE DEEL VAN TRILOGIE

Aluin, het Utrechtse gezelschap rondom Erik Snel, speelt met *It suck to be a Helena* het tweede deel van de trilogie 'Terug uit Troje'. Hierin worden de witte plekken van deze macabere geschiedenis fasegewijs ingevuld. Natuurlijk weten u en ik best wel wat van de Trojaanse Oorlog, maar lang niet alles. Aluin schept er genoeg in om deze historische gebeurtenis op een theatrale manier door te nemen. Te beginnen met het einde van de Trojaanse Oorlog, als het Griekse leger terugkeert met de mooie Helena. Eigenlijk was zij inzet van de oorlog, zeker nadat ze door een paar opstandige godinnen aan de Trojaanse

prins Paris was geschonken. Nadat Troje is vernietigd, lijkt alles koek en ei. Helena is gelukkig; althans, iedereen zegt dat ze dat moet zijn. Zelf begrijpt ze niets van haar rol in de wereldgeschiedenis. U hopelijk wel na deze Aluinse specialiteit, wederom gebaseerd op eeuwenoude Griekse mythen en archetypes.

Te zien op 12 en 13 november in Theater Kikker, Utrecht en op 25 november in De Kloostertuin in Woerden.
www.aluin.nl



Foto Joost de Haas

OUDE MAN, DRIE **BLOEDMOOIE** **VROUWEN**

Het verhaal van Hans Dorrestijn die op een middag de drie dames van Zazí ontmoet bij een radioprogramma, is u wellicht bekend. De vonk slaat direct over en er wordt een vervolgspraak gemaakt. Bij hun eerste ontmoeting, thuis bij Dorrestijn, brengen Dafne, Margriet en Sabien een appeltaart mee en zorgt de grijze troubadour voor erwtensoep. Dorrestijn speelt zijn mooiste liedjes aan de piano, wijst Zazí op de verschillende vogeltjes in zijn tuin en laat hen de schoonheid van Renoir zien. De drie jonge vrouwen proeven, luisteren en kijken. En zingen zijn teksten. Hans vindt het prachtig. Het is bijzonder, zo met zijn vieren rond de piano. 'Wij gaan naar buiten', besluiten ze, 'via de tuin, de theaters in'.

Te zien op 18 november in Rasa Utrecht en op 13 december in het Beauforthuis in Zeist.
www.hansdorrestijn.nl

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

Brasserie Ripassa

'Il disegno' versus de apothekerskeuken

TEKST JASON VAN DE VELTMAETE FOTOGRAFIE HANS KOKX

De ambiance wordt gekenmerkt door twee kolossale foto's: de ene toont, in stemmig zwart-wit, stereotiepe Sicilianen, gezeten op het gezellige terrasje van een simpel barretje; de andere gunt ons een blik in de beroemde operazaal van het Teatro alla Scala (Milaan). De eigenaren van Ripassa, te weten Vincent van Amersfoort en Ruud Dekkers, hebben het weliswaar niet zo bedoeld, maar wat mij betreft staat de combinatie van die foto's symbool voor hun brasserie. Ook de wijn Ripassa della Valpolicella heeft een extra dimensie, maar dat is iets voor later.

Minder in het oog springend is het roestvrijstalen bord dat op de leestafel staat. In dat bord staat gegraveerd: Accademia Italiana della Cucina. Voorwaar, dat is geen onbeduidend keurmerk! De Accademia bewaakt zorgvuldig de tradities van de Italiaanse keuken. Opmerkelijk, dat bord in een restaurant van twee inheemse Nederlanders. Maar ja, de zonen van Vincent van Amersfoort heten Renzo en Zino, en Ruud Dekkers heeft een Siciliaanse levenspartner.

La cucina

Ripassa bestaat inmiddels zeven jaar. De brasserie is gevestigd in wat eens een Peugeot-garage was; in het centrum van Bilthoven, op luttele meters van het treinstation, dus lekker makkelijk bereikbaar. De compagnons Vincent en Ruud werkten voorheen allebei voor Figi in Zeist; Vincent als bedrijfsleider in Slot Zeist (dat bij Figi hoort), Ruud als accountmanager. 'We kenden elkaar goed en hadden ons voorgenomen om samen een restaurant te beginnen, voordat we veertig werden,' vertelt Van Amersfoort. 'Maar we wilden geen bestaande zaak overnemen, dus het was niet één-twee-drie gerealiseerd. Toen

we eenmaal van start konden gaan... De afgelopen zeven jaar zijn voorbij gevlogen, misschien wel doordat Ruud en ik alles zelf hebben moeten ontwikkelen. Aanvankelijk hebben we in Bilthoven de mediterrane keuken voorzichtig geïntroduceerd, afts-tend wat wel en niet gewaardeerd werd, maar gaandeweg hebben we de gerechten en wijnen meer en meer toegespitst op Italië. De Italianen weten heel goed de zintuigen te beroeren. De Franse keuken vinden wij iets te complex; dat is te veel een apothekerskeuken.'

Zo, daar kunnen de cuisiniers in den lande het mee doen. Maar Vincent heeft wel een beetje gelijk: als we praten over mooie, ongecompliceerde gerechten met een beperkt aantal verse, smaakvolle ingrediënten, hebben we het over *la cucina Italiana*. Laten we eens naar mijn voorgerecht kijken: salade coquille met truffelmayonaise, groene asperge, quinoa en radicchio. Dit gerecht werd opgediend in een diep bord, hetgeen niet onlogisch is voor een salade, maar de quinoa was eroverheen gesprengeld, waardoor het geheel ietwat rommelig oogde. De bittere radicchio voegde in mijn smaakbeleving niets toe. Al met al, een lek-

ker gerecht, maar niet bijzonder.

Omwille van de mineralen in de coquilles dronk ik er een glas Grillo uit Sicilië bij. Deze levendige, fruitige wijn heeft namelijk een Riesling-achtige, mineralige afdronk en dito fijne zuurgraad.

'Ripassare'

Het tussengerecht (gerookte eendenborst) verraste mij eveneens door de presentatie: flinterdunne plakjes alla Giuseppe Cipriani. Voorzien van vijgen, vincotto en wat olijfolie wist dit gerecht de smaakpapillen te bekoren, zij het niet de kauwspieren. Eigenlijk een Bilthovens gerecht, afgaand op de woorden van Vincent. Zelf is hij een liefhebber van 'slow cooking' (ondanks de Engelse term, een Italiaans fenomeen) en hij zou daar met betrekking tot bijvoorbeeld het rundvlees een stap verder in willen gaan. Dus: vlees van lokale boeren dat 'biologisch geproduceerd' is. 'Het merendeel van onze gasten is daar echter niet van gecharmeerd,' onthult hij. 'De meesten vinden rundvlees dat je echt moet kauwen toch net iets minder lekker. Ook wat betreft de vis houden we daar rekening mee: het liefst zou ik vis op de graat bereiden, maar de gasten geven de voorkeur aan filet.' Gelukkig kiest zo'n 70% van de gasten voor het menu; daarin mag de jonge chefkok (Nick Hardeman) iets avontuurlijker zijn. (Drie gangen: 35 euro.) Bavette, bijvoorbeeld, vindt daarin een plekje. Maar laat gezegd zijn, ik kwam à la carte niets te kort. Het hoofdgerecht bestond namelijk uit een flinke homp tournedos, precies bereid zoals ik vlees heerlijk vind. Vergezeld van opperdoezer en wat truffeljus, bevredigde de tournedos zowel mijn jachtinstinct als mijn gastronomische

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 2013-2014

	keuken	ambiance
1. Podium (14/2)	9,0	9,5
2. Amberes (13/3)	9,2	8
3. Beyerick (14/3)	8,5	8

In 2013-2014 ook besproken: Ripassa (14/5), Wilhelminapark (14/4), Brocante (14/1), Vaartsche Rijn (13/6), Blok's (13/5), Luce (13/4), De Pronckheer (13/2), De Goedheyd (13/1).



Ruud Dekkers en Vincent van Amersfoort: 'De Italianen weten heel goed de zintuigen te beroeren.'

inclinatie. Gold dat laatste ook voor de Ripassa die ik al bij de eendenborst had laten aanrukken? Niet onbelangrijk, gezien de naamgeving van deze brasserie. Deze wijn, ook wel 'kleine Amarone' genoemd, is eigenlijk een Valpolicella die tijdens het vinificatieproces een tweede gisting heeft ondergaan, samen met Amarone-most, dan wel met de schillen van Amarone-druiven. Dat maakt de wijn wat gespierder, ook qua alcoholpercentage. Mij viel deze wijn een beetje tegen qua ontplooiing en nagalm, maar dat kan zijn doordat mijn referentiekader gedomineerd werd door de duurdere Amarone. In ieder geval zijn Vincent en Ruud al heel lang

enthousiast over deze Ripassa, en wat ook meespeelt – de extra dimensie – is dat 'ripassare' Italiaans is voor 'terugkomen'. Ik ben ervan overtuigd dat de meeste gasten graag gehoor geven aan die subtiele oproep.

Lunch

De inrichting van deze brasserie is stijlvol en warm. De loungebanken, gezandstraalde eikenhouten bar, 'nijverheid-elementen' (garage) en de moderne schilderijen in het voorste gedeelte (expositie) vormen een aantrekkelijke mengeling van klassiek en modern. De bediening is hoffelijk en attent, maar liet met betrekking tot de wijnen even een steekje vallen.

Nog een paar weetjes: het keukenteam maakt zo veel mogelijk alles zelf, tot en met het brood (dus niet enkel afbakken); de traditionele ambachtelijke inbreng wordt verzorgd door Bruno, een Siciliaan van 65. Volgend jaar, als het stationsgebied in Bilthoven gereed is, krijgt Ripassa een terras. Misschien gaat deze zaak dan ook open voor de lunch.

Bevinding: ambiance 7,5; keuken 7,5. ■

Brasserie Ripassa
Emmapplein 10, Bilthoven
030-2251030

Prima dag voor een eerste indruk

Alhoewel de wolkenlucht regelmatig dreigend leek, was 30 september een overwegend zonnige dag. Goede omstandigheden dus voor de zakenautotestdag van Utrecht Business. Ondernemers konden kennismaken met een breed scala aan actuele modellen. Na de start bij het Carlton President Hotel zorgden Anafora, Het Nieuwe Kantoor en Marnemoende onderweg voor een gastvrij onthaal. De testdag werd afgesloten met een gezamenlijk diner bij de beginlocatie. Op de volgende pagina's de ervaringen van de testrijders.





LOCATIES

- Carlton President Hotel Utrecht
- Het Nieuwe Kantoor Utrecht
- Anafora
- Marnemoende

DEELNEMERS

- | | |
|---------------------|------------------------------------|
| Victor Beverloo | Biz2Be |
| Marius Bongaards | Demko Metaalconstructies |
| Adri van Doesburg | Bouwraadgever |
| Peter de Gram | Beflex-it Office Support |
| Ruud Hartveld | Kantorenhuis De Merseberghen |
| Harry Helwegen | Diligence |
| Erik de Jager | IJsselstreek Zakelijk |
| Perry Kruin | Reason Marketing |
| Ries Lit | RiesLit social media |
| Jos Littel | Littel Communicatie |
| Matthias van Lummer | Angarde |
| Ragnar Makkink | NIOW |
| John Noy | Teken- en schilder-school John Noy |
| Rob Geelen | Drs R.P.M.Geelen Advies en Beheer |
| Mick Pieters | Evino |
| Renate Popken | De Afdeling Personeelszaken |
| Jeroen Rouers | De Advocaten van Van Riet |
| Rens Tanis | Netwerkgids Nederland |
| Arie Versluys | Littel Communicatie |

AANWEZIGE DEALERS

- | | |
|----------------------|------------------------------|
| Hans Severs | Hans Severs BMW |
| Henk van Essen | Land Rover Experience Centre |
| | Utrechts Auto Bedrijf U.A.B. |
| Christiaan Bakker en | Nefkens Midden |
| Sjoerd van der Waart | |
| van Gulik | |
| Jan-Willem van Dijk | Stam Nieuwegein |
| en Melissa Peelen | |
| Iris Hertsenberg | Flex Autolease |
| Sake Smit | Louwman Exclusive |
| Sam Mohamoud Ali | Knoop Maarssen |





De nieuwe
BMW 2 Serie
Active Tourer

hanssevers.nl



BMW maakt
rijden geweldig

20% BIJTELLING

GENIET VAN MEER BIJ HANS SEVERS. DE NIEUWE BMW 2 SERIE ACTIVE TOURER.

U kunt de BMW 2 Serie Active Tourer bij ons in de showroom zien. Het is een innovatieve combinatie van veelzijdigheid en dynamiek: compact van buiten, ruim van binnen. U stapt in op een hoger comfortniveau, letterlijk. En met speels gemak voegt het interieur zich naar uw plannen. Met kinderen of vrienden. Ski's of golfassen. Zelfs de fietsen kunnen mee. U bent van harte welkom.

U koopt de BMW 2 Serie Active Tourer al **vanaf € 28.900,-***. Leasetarief **vanaf € 499,-****.

Hans Severs Woerden, Middellandse Zee 13, 3446 CG Woerden, **T** (0348) 41 37 78

Hans Severs Alphen a/d Rijn, Gouwelandenlaan 13, 2408 ZG Alphen a/d Rijn, **T** (0172) 42 22 14

Gemiddeld brandstofverbruik van 4,1 tot 6,2 liter/100 km (16,1 tot 24,4 km/liter) met een CO₂-emissie van 109 tot 143 g/km.

* Genoemde prijs is incl. btw en bpm, excl. recyclingbijdrage, leges en kosten rijklaar maken.

** Genoemd leasetarief is excl. btw, vervangend vervoer en brandstof en is gebaseerd op een Full Operational Lease met een looptijd van 48 maanden en een kilometrage van 15.000 km per jaar. BMW Operational Lease is een product van BMW Financial Services. Stand 17.07.14 S.E.&O.

Totaaloplossing met een glimlach!

Laat uzelf overtuigen van onze meerwaarde in een persoonlijk gesprek op één van onze vestigingen of bezoek ons online via www.practicum.nl.



PRACTICUM

WWW.PRACTICUM.NL

Drukkerij Practicum

Torenstraat 22a
3764 CM Soest
T 035 601 21 00
F 035 601 67 49

Drukkerij Atlas

Koningsweg 22
3762 EC Soest
T 035 601 47 51
F 035 602 52 40

DRUK Concept & Design

Torenstraat 22a
T 035 601 21 00
studio@drukvooru.nl
www.drukvooru.nl

BMW 2 ACTIVE TOURER



DEALER: HANS SEVERS BMW
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: HANS SEVERS

Mick Pieters: 'De 2-serie is compacter dan ik had verwacht. Van binnen is de auto fantastisch! Hij is luxe en heeft ontzettend veel power. Voor het geld dat je betaalt voor deze BMW heb je een zeer complete auto van een A-merk.'

Jos Littel: 'Ik ben onder de indruk van de 2-serie. Hij heeft een prachtig interieur, is ontzettend comfortabel en rijdt heerlijk. Al met al vind ik deze BMW een pareltje die zijn prijs absoluut rechtvaardigt.'

Victor Beverloo: 'Deze 2-serie is in alle opzichten een échte BMW. De stoelen zitten heerlijk en de bediening is perfect. Ook de verhouding tussen prijs en kwaliteit is typisch BMW: behoorlijk prijzig maar wel hoge kwaliteit.'

Matthias van Lummel: 'BMW staat bekend om de deskundigheid en kwaliteit. Dat is bij deze 2-serie aan alles te merken. Een erg fijne auto.'



SPECIFICATIES

Merk:	BMW
Model:	2-serie Active Tourer
Type:	225i
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	2.0 liter
Vermogen:	231 pk
Koppel:	350 Nm
Verbruik:	1 op 16
Acceleratie (0 tot 100):	6,6 seconden
Topsnelheid:	240 km/h
Uitrusting:	High Executive i.c.m. Luxury Line
Verkoopprijs:	€ 44.900,-
Leaseprijs:	€ 860,- (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 28.900,-
Informatie:	www.hanssevers.nl

KIA OPTIMA



SPECIFICATIES

Merk:	Kia
Model:	Optima Hybrid
Type:	2.0L SuperPack
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	2.0 liter
Vermogen:	177 pk
Koppel:	320 Nm
Verbruik:	1 op 20
Acceleratie (0 tot 100):	9,2 seconden
Topsnelheid:	190 km/h
Uitrusting:	18 inch lichtmetalen velgen, navigatiesysteem met achteruitrij-camera, bochtverlichting, ledereen bekleding, Xenon-verlichting, Infinity Sound System
Verkoopprijs:	€ 35.995,-
Leaseprijs:	€ 747,- (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 29.495,-
Informatie:	www.flexautolease.nl

DEALER: FLEX AUTOLEASE
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: IRIS HERTSENBERG

Rob Geelen: 'Ik ben aangenaam verrast door de Kia Optima. Het is een goede en representatieve auto. Zowel de zit als de rit was erg comfortabel. Ook de afwerking was opvallend goed. Ik kan iedereen deze auto aanraden.'

Erik de Jager: 'Deze Kia onderscheidt zich van andere auto's door het model. Hij is opvallend ruim, vooral achterin. Ik vond de auto ook erg compleet. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is dik in orde.'

Victor Beverloo: 'De Optima is een mooie en representatieve auto. Hij rijdt lekker rustig en soepel. De vele opties maken de auto extra comfortabel. Ik vind de verhouding tussen prijs en kwaliteit onvoorstelbaar. Ik ken geen andere auto's die zo ruim en luxe zijn voor dit geld.'

Mick Pieters: 'Ik vind de Kia Optima een opvallende verschijning. Hij is erg stil en rijdt ontzettend comfortabel. Daarnaast is het ook een degelijke auto.'

Jos Littel: 'Ik vind de Kia Optima lekker en soepel rijden. Het is tevens een opvallend sportieve auto. Dat zou je niet verwachten. Ik had alleen minder bijtelling verwacht van een hybride model.'



LEXUS CT 200H



DEALER: LOUWMAN EXCLUSIVE
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: SAKE SMIT

Renate Popken: 'Ik heb een goede indruk gekregen van de Lexus. Hij is stijlvol, mooi afgewerkt en heeft een prachtig geluid. Daarnaast rijdt de hybride motor heerlijk, al bevalt de sportstand mij beter.'

John Noy: 'De Lexus CT 200h heeft een sportieve uitstraling en zo rijdt hij ook. Hij is prachtig afgewerkt en je krijgt nog meer het idee dat je in een cockpit zit door de sportieve accenten. De verhouding tussen prijs en kwaliteit lijkt me dik in orde.'

Harry Helwegen: 'Dit is mijn eerste ervaring in een hybride auto en het rijdt heerlijk. Ik vind de Lexus een zeer complete auto. Wij reden in een luxe uitvoering, maar ook de standaard uitvoering is al erg compleet.'

Jeroen Rouers: 'Ik ben onder de indruk van de Lexus CT 200h. De stoelen zitten erg lekker en comfortabel. De afwerking van het interieur is goed. Daarnaast rijdt hij ook erg lekker. Al met al een zeer fraaie auto.'

Arie Versluys: 'Het model is mooi en de auto is prachtig afgewerkt. Ondanks zijn sportieve uiterlijk werkt de combinatie tussen elektrisch en benzine prima. Je krijgt bij deze auto echt waar voor je geld.'



SPECIFICATIES

Merk:	Lexus
Model:	CT 200h
Type:	Luxury Edition
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	1.8 liter
Vermogen:	136 pk
Koppel:	142 Nm
Verbruik:	1 op 20,8
Acceleratie (0 tot 100):	10,3 seconden
Topsnelheid:	180 km/h
Uitrusting:	Luxury met Marc Levinson Audiosysteem.
Verkoopprijs:	€ 38.600,-
Leaseprijs:	€ 627,- (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 26.890,-
Informatie:	www.louwmanexclusive.nl



ZOOM-ZOOM

PROFITEER NU
VAN EEN UNIEKE

WINTERWIN



WINTERSITUATIE

Sterk, zuinig en deze winter extra voordelig. De Mazda CX-5 Skylease v.a. € 29.890,-

- Standaard sterke 165 pk (121 kW) benzinemotor
- 1800 kg trekgewicht
- Gratis upgrade naar Skylease+ t.w.v. € 2.000,-

RUIJ
€ 3.000,-
VOORDEEL

GRATIS
WINTER
BANDEN

LEASE
€ 560,-
PER MAAND



AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSSSEN B.V.

Kometenweg 7 • 3606 BD Maarssen • Tel. 0346 - 586 444 • www.knoopweb.nl

Gemiddeld verbruik CX-5 SKYACTIV-G 165: 6,0 liter per 100 km/ 16,7 km per liter CO₂-uitstoot 139 g/km. Prijs incl. BPM en BTW en excl. kosten rijklaar maken. Prijswijzigingen voorbehouden. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. De Mazda winteractie loopt van 1 okt. t/m 31 dec. 2014. Aanbieding geldig van 1 okt. t/m 31 dec. 2014 met uiterste registratiedatum 17 jan. 2015. Vraag ons naar de actievoorwaarden. *Via Mazda Lease: 20.000 km/jaar, 60 mnd.

www.hkf-imaging.nl



HANS KOKX
Fotografie & Imaging

MAZDA CX-5



DEALER: KNOOP MAARSEN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: SAM MOHAMOUD ALI

Adri van Doesburg: 'Het is prettig om hoger te zitten. De Mazda ziet er van binnen netjes uit. Ik moest wennen aan de automaat, want ik rijd zelf handgeschakeld. Maar buiten dat krijg je een hele mooie auto voor het geld.'

Jos Littel: 'Ik vind de Mazda CX-5 lekker en soepel rijden. Door de uitstekende zit heb je ook een goed overzicht op de weg. Als je naar het totaalplaatje kijkt, krijg je heel veel auto voor je geld.'

Ragnar Makkink: 'Ik vind de CX-5 een prima auto, ruim en sterk. Ik was ook onder de indruk van het trekvermogen van deze Mazda.'

Matthias van Lummel: 'De Mazda heeft een goeie indruk achtergelaten. Mooie carrosserie, goede afwerking en representatief. Daarnaast rijdt de CX-5 ook erg prettig. Mede door de hiervoor genoemde zaken is de prijs/kwaliteitverhouding goed.'

Peter de Gram: 'Ik vind de Mazda CX-5 een zeer nette auto. Ik vond de automaat voor veel rijgemak zorgen. Ook was de hoge zit comfortabel.'



SPECIFICATIES

Merk:	Mazda
Model:	CX-5
Type:	Skyactive-G 6AT 4WD GT-M
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	2.0 liter
Vermogen:	160 pk
Koppel:	210 Nm
Verbruik:	1 op 15,2
Acceleratie (0 tot 100):	9,6 seconden
Topsnelheid:	200 km/h
Uitrusting:	Smart City Brake Support, HLA, Licht- en regensensor, Cruise Control, Climate Control, HMI Commander, RVM, parkeersensoren, stoelverwarming vóór met drie standen, Bi-xenon koplampen met adaptieve bochtenverlichting, LDW
Verkoopprijs:	€ 41.590,-
Leaseprijs:	€ 691,- (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 27.990,-
Informatie:	www.knoopweb.nl

OPEL INSIGNIA



SPECIFICATIES

Merk:	Opel
Model:	Insignia Hatchback Cosmo
Type:	2.0 CTDI EcoFlex
Transmissie:	Handgeschakeld
Cilinderinhoud:	2.0 liter
Vermogen:	140 pk
Koppel:	350 Nm
Verbruik:	1 op 17
Acceleratie (0 tot 100):	10,5 seconden
Topsnelheid:	215 km/h
Uitrusting:	navigatiepakket, Cosmo+-pakket, metallic lak, 18 inch lichtmetalen velgen, bi-xenon koplampen.
Verkoopprijs:	€ 36.895,-
Leaseprijs:	€ 856,18 (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 31.395,-
Informatie:	www.stam.nl

DEALER: STAM NIEUWEGEIN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: JAN-WILLEM VAN DIJK

Harry Helwegen: 'Ik vind de Opel Insignia een mooi gelijnde auto. De uitvoering waar we in reden was erg chique met onder meer lederen bekleding. Ik vond het grote navigatiescherm ook prettig.'

Renate Popken: 'Wat mij als eerste opviel aan deze auto waren de fijne, harde stoelen. De diesel rijdt trouwens verbazingwekkend goed.'

Arie Versluys: 'De Insignia is een echte Opel en het model is prachtig. De motor rijdt erg soepel. De auto is ook opvallend luxe uitge-

voerd. In dat opzicht is de verhouding tussen prijs en kwaliteit prima.'

Ragnar Makkink: 'Een hele prettige auto om in te rijden. De wegligging is rustig, het uiterlijk van de auto zeer representatief. Al met al een degelijke, nette, comfortabele en zakelijke auto.'

Jeroen Rouers: 'De Opel Insignia kwam op mij over als een degelijke, fijne auto. De stoelen zitten erg lekker. Je krijgt echt veel auto voor een gunstige prijs.'



Nu tijdelijk
5 jaar 0% rente

Al vanaf:
€ 25.995
of voor € 83 p.mnd.



20% bijtelling

DE ZAFIRA TOURER

GUN JEZELF DE RUIMTE (OOK FINANCIËEL).

De Opel Zafira Tourer is leverbaar met 7 zitplaatsen met veel ruimte, kwaliteit en mogelijkheden voor iedereen. En gemakkelijk om te toveren tot een ruimtewonder met maar liefst 1.860 liter laadruimte. Bovendien profiteert u tijdelijk van 5 jaar lang 0% rente. U betaalt nu een vast laag bedrag per maand en u houdt uw spaargeld op de bank. Kom naar onze showroom voor meer informatie.



Wir leben Autos.



www.stamopel.nl

Stam Opel Utrecht
Stam Opel Nieuwegein
Stam Opel Bilthoven

Meijewetering 1, (030) 241 15 15
Parkerbaan 12, (030) 604 78 20
C. de Haasweg 88, (030) 264 34 34

Volg ons op:



@stamopel

stamopeldealers

Gemiddeld brandstofverbruik en CO₂-uitstoot: liter/100 km 7,2 – 4,1; kms/liter 13,9 – 24,4; CO₂ gr/km 169 – 109. Deze actie betreft een niet-doorlopend kredietaanbod via Opel Financial Services (GMAC Nederland N.V. te Breda KvK nr. 24107861, AFM registratnr. 12013025). Informeer in onze showroom naar de voorwaarden of bel Opel Financial Services (076-544 89 32). Toetsing en registratie bij het BKR te Tiel. Wijzigingen voorbehouden. Prijzen incl. BTW/BPM, excl. kosten rijklaar maken.

MODEL	ADVIES CONS. PRIJS	AANBETALING	KREDIETSOM	LOOPTIJD IN MND.	TOTAAL TE BETALEN BEDRAG	MAANLAST	VASTE DEBT- RENTOEF	JAARLIJKE KOSTEN PERCENTAGE
Zafira Tourer 1.4 Turbo Berlin	€ 25.995	€ 20.995	€ 5.000	60	€ 5.000	€ 83	0%	0%
Zafira Tourer 1.4 Turbo Design Edition	€ 30.145	€ 21.145	€ 9.000	60	€ 9.000	€ 150	0%	0%
Zafira Tourer 1.4 Turbo Design Edition	€ 30.145	€ 15.145	€ 15.000	60	€ 15.000	€ 250	0%	0%

Let op! Geld lenen kost geld

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

OPEL ZAFIRA



SPECIFICATIES

Merk:	Opel
Model:	Zafira 1.6 CDTi ecoFLEX
Type:	Business
Transmissie:	Handgeschakeld
Cilinderinhoud:	1.6 liter
Vermogen:	136 pk
Koppel:	320 Nm
Verbruik:	1 op 19
Acceleratie (0 tot 100):	11,2 seconden
Topsnelheid:	193 km/h
Uitrusting:	o.a. metallic lak, ABS, ESP, parkeersensoren, airco, cruise control, 16 inch lichtmetalen velgen, navigatie, bluetooth carkit.
Verkoopprijs:	€ 32.950,-
Leaseprijs:	€ 728,14 (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 31.395,-
Informatie:	www.stam.nl

DEALER: STAM NIEUWEGEIN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: MELISSA PEELEN

Mick Pieters: 'De Opel Zafira is een ruime auto. Hij is erg comfortabel. De stoelen zijn typisch Duits: ze zitten heerlijk. Ik ben ver-rast door de pittige motor.'

Jos Littel: 'Een prettige auto met een prima rijgedrag. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is naar mijn idee goed; je krijgt een ruime gezinsauto voor een mooie prijs.'

John Noy: 'Door de hoge zit heb je een prettige kijk op de weg. De Zafira is op een sobere manier toch fraai afgewerkt; alles

voelt veilig en stevig aan. Hij rijdt overigens prima.'

Victor Beverloo: 'De Opel Zafira is een keurige, ruime auto die comfortabel is en lekker rijdt. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is in orde.'



PEUGEOT 508 SW



SPECIFICATIES

Merk:	Peugeot
Model:	508 SW
Type:	Blue Lease Executive e-HDi 1.6
Transmissie:	Handgeschakeld
Cilinderinhoud:	1.6 liter
Vermogen:	115 pk
Koppel:	270 Nm
Verbruik:	1 op 24,4
Acceleratie (0 tot 100):	11,3 seconden
Topsnelheid:	200 km/h
Uitrusting:	Peugeot Connect nav inclusief Peugeot Connect SOS, 16 inch lichtmetalen velgen Style 02, parkeerhulp achter, climate control.
Verkoopprijs:	€ 32.990,-
Leaseprijs:	€ 799,- (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 30.560,-
Informatie:	www.nefkens-midden.nl

DEALER: NEFKENS MIDDEN AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: SJOERD VAN DER WAART VAN GULIK

John Noy: 'De 508 is een mooie, fraai afgewerkte auto. Hij rijdt heerlijk en ziet er stoer en sportief uit. Daarnaast is er achterin opvallend veel beenruimte.'

Harry Helwegen: 'Ik vind de Peugeot 508 een makkelijke en toegankelijke auto. Van binnen is de auto ontzettend ruim en er is, mede door het panoramadak, veel licht. Ik vind de 508 zeer scherp geprijsd, zeker als je kijkt hoeveel opties er standaard zijn.'

Mick Pieters: 'Ik vind de Peugeot 508 een typisch Franse auto met veel comfort en overzicht. Daarnaast heeft de 508 een stoere voorkant. Ik ben ook erg te spreken over de prijs/kwaliteit verhouding; je krijgt echt veel auto voor je geld.'

Victor Beverloo: 'Een heerlijke en ruime Franse reisauto. Hij is ook ontzettend comfortabel. Ik vind dat er een goede verhouding is tussen prijs en kwaliteit.'

Rens Tanis: 'Deze Peugeot heeft een sportief uiterlijk en is toch heel erg representatief. Het is een ruime en degelijke auto.'



PEUGEOT 308 SW



DEALER: NEFKENS MIDDEN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: CHRISTIAAN BAKKER

Ragnar Makkink: 'Ik vind de Peugeot 308 een zeer nette en degelijke auto. Hij is ruim en erg goed afgewerkt. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is, zeker voor de zakelijke markt, dik in orde.'

Peter de Gram: 'Deze Peugeot rijdt erg comfortabel en heeft voldoende ruimte. Op de bestuurdersstoel heb je ook meer dan voldoende overzicht. Al met al een uitstekende middenklasser.'

Matthias van Lummel: 'Ik was al bekend met andere modellen van Peugeot, maar ben aangenaam verrast door de 308. Hij bevalt erg goed. Het design is mooi en de prestaties zijn prima.'

Perry Kruin: 'De 308 SW heeft een zeer goede indruk op me achtergelaten. Hij is erg comfortabel en zeer representatief. Daarnaast is er ook meer dan voldoende ruimte.'

Renate Popken: 'De Peugeot 308 ligt goed op de weg en rijdt soepel. Wat ik erg fijn vind, is dat de stoelen erg lekker zitten en dat ze verstelbaar zijn voor de onderrug.'



SPECIFICATIES

Merk:	Peugeot
Model:	308 SW
Type:	Blue Lease Executive 1.6 BlueHDi 120
Transmissie:	Handgeschakeld
Cilinderinhoud:	1.6 liter
Vermogen:	120 pk
Koppel:	300 Nm
Verbruik: 1	op 32,8
Acceleratie (0 tot 100):	9,7 seconden
Topsnelheid:	196 km/h
Uitrusting:	Peugeot Connect Navi inc. SOS, 18 inch lichtmetalen velgen, parkeerhulp, climate control.
Verkoopprijs:	€ 26.700,-
Leaseprijs:	€ 629,- (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 21.750,-
Informatie:	www.nefkens-midden.nl



DE NIEUWE PEUGEOT 308 SW

14% BIJTELLING



“We doen écht wat we beloven en dat maakt het verschil.”



Gem. verbr. (afh. van type motor) l/km: 3,2-5,8; km/l: 31,3-17,2; CO₂: 85-129 gr/km.

NEFKENS
Natuurlijk

BOVEE
Natuurlijk



PEUGEOT

NEFKENS MIDDEN

Bunnik Rumpsterweg 37 Tel.: (030) 656 15 83
Hilversum Melkpad 6 - 10 Tel.: (035) 621 09 53
Houten Elzenkade 2 Tel.: (030) 634 56 50
Huizen Ambachtsweg 48 Tel.: (035) 525 81 24

Nieuwegein Limburghaven 1 Tel.: (030) 606 38 34
Utrecht Meijewetering 19 Tel.: (030) 241 42 43
Zeist Bergweg 101C Tel.: (030) 691 95 24
www.nefkensmidden.nl

BOVEE Amersfoort
Siliciumweg 36 Tel.: (033) 461 38 46
www.boveeamersfoort.nl

RANGE ROVER SPORT



SPECIFICATIES

Merk:	Land Rover
Model:	Range Rover Sport
Type:	SDV6 Autobiography Dynamic
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	3.0 liter
Vermogen:	292 pk
Koppel:	600 Nm
Verbruik:	1 op 13,3
Acceleratie (0 tot 100):	7,2 seconden
Topsnelheid:	222 km/h
Uitrusting:	Premium metallic lak, touchscreen met dual view, park assist, dode hoek detectiesysteem, surround camera systeem, soft door close, keyless entry, on-/off road pack, dynamic response
Verkoopprijs:	€ 142.995,-
Leaseprijs:	€ 1.690,- (full operational, o.b.v. 30.000 km/jaar, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs:	€ 85.700,-
Informatie:	www.uab.nl

DEALER: LAND ROVER EXPERIENCE CENTRE UTRECHTS AUTO BEDRIJF U.A.B.
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: HENK VAN ESSEN

Rens Tanis: 'De Range Rover is een auto waar echt alles op en aan zit. Hij is groot, comfortabel, sportief en hij rijdt heerlijk. Achter het stuur krijg je echt een beetje het cockpitgevoel.'

John Noy: 'Het rijcomfort is erg hoog en de Range Rover is ontzettend luxe. Je voelt je echt een koning in deze auto. Volgens mij zit het met de prijs/kwaliteit verhouding wel goed; de klasse straalt van elk onderdeel af.'

Harry Helwegen: 'De Range Rover is op alle punten een excellente auto. Ondanks zijn formaat kun je er toch prima mee rijden. Bij deze auto krijg je écht waar voor je geld.'

Marius Bongaards: 'Ik was eigenlijk niet zo'n fan van Range Rover, maar na vandaag ben ik om. Hij zit als gegoten en rijdt heerlijk. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is goed. Kijk eens wat je allemaal krijgt!'

Ruud Hartvelt: 'Mijn (eerste) indruk van deze Range Rover? Wat een topauto! Ik heb de hoge instap als prettig ervaren en daarnaast was het overzicht ook prima.'



RANGE ROVER SPORT



ABOVE AND BEYOND



Land Rover Experience Centre B.V. Utrechts Auto Bedrijf UAB

Laagraven 3, Nieuwegein
030-288 15 12 www.uab.nl

Min./max. gecombineerd verbruik: 6,4-12,8 l/100 km, resp. 15,6-7,8 km/l, CO₂-uitstoot resp. 169-298 g/km.
Consumentenprijs vanaf € 85.700 incl. BTW en BPM en excl. kosten rijklaarmaken. Zie voor verkoopvoorwaarden www.landrover.nl. Leaseprijs
vanaf € 1.702 p.m. excl. BTW (bron: Land Rover Financial Services, full operational lease, 48 mnd., 20.000 km/jr.). Wijzigingen voorbehouden.

Zwarte piet of niet?

Ik speelde hem voor het eerst toen ik twintig was. Mijn buurvrouw - lerares aan een basisschool – had mij hiervoor gevraagd en ik had meteen 'ja' gezegd. Want Zwarte Piet spelen, dat was een eer. Tegelijkertijd vond ik haar verzoek ook vanzelfsprekend en legitiem. Hadden andere twintigers zich immers ook niet voor mij uitgesloofd als Zwarte Piet toen ik klein was?

Ook dit jaar vermaak ik kinderen weer als Zwarte Piet. Voor de 34e keer op dezelfde (!) basisschool. In al die jaren heb ik nooit getwijfeld over de zwarte schmink, of aan de intentie en oprechtheid waarmee ik deze kleur draag. Maar nu lijkt alles anders te zijn. Sinds de Zwarte Pietendiscussie kort na de zomer haar herintrede deed, worden Kamervragen gesteld, gaan voor- en tegenstanders met elkaar in debat en worstelt Albert Heijn met haar imago omdat het bedrijf geen keuze wil maken in dit dilemma. En de kinderen? Die hoor je niet of nauwelijks, omdat ze geen idee hebben waar wij volwassenen ons druk om maken. Het gevolg? Als we niet oppassen, draaien we dit kinderfeest de nek om.

Mijn vertolking van Zwarte Piet is wellicht niet de meest gangbare; ik houd nu eenmaal van dominante, praatgrage en speelse types. Maar ik ervaar nooit Zwarte Pieten in mijn omgeving die - zoals de 'tegenstanders' beweren – hun rol zien als die van ondergeschikte, inferieure slaaf. Integendeel. De meeste Zwarte Pieten zijn energieke, grappige en aabare personages. Veel toegankelijker dan de oude, saaie Sinterklaas. Dat verklaart ook waarom de rol van Zwarte Piet zo populair is. Wie wil er nu niet energiek, grappig en speels zijn?

En toch... Mijn schmink is na 5 december verdwenen. En dan ben ik weer een blanke heteroman. Ik weet niet hoe het is om genegeerd of achtergesteld te worden omdat ik donker ben, homo of vrouw. Misschien heb ik daarom geen recht van spreken. Maar ik koop dit jaar wel al mijn chocola-deletters bij Albert Heijn.



Mart Rienstra hoofdredacteur Utrecht Business

ADVERTEERDERSINDEX

naam	pagina
2 in beweging	22
Anafora	41
Asian Tower	59
ATS	19
Restaurant Belle	40
Van Benthem & Keulen	12
BLR-Bimon	39
Dutch Office Fund	68
Event Plaza	38
Grontmij Parkmanagement	32, 44
Hans Severs BMW	52
Het Nieuwe Kantoor Utrecht	14
JBA	14
Fotostudio Hans Kokx	56
Kontakt der Continenten	40
Gemeente Nieuwegein	8, 33
Makro	14, 28
Marnemoende	41
Nefkens Midden	57
PINC	25
Van den Pol	19
Practicum	52
Regus	12
Het Spoorwegmuseum	67
Stam Opel	59
Swung House	bijlage
Trainspot	40
UAB	65
Valad	34
Women on wings	31
Woudschoten	2

Utrecht Business 6 verschijnt 12 december. Hierin onder meer een focus op financieel management en veiligheid. De economische ontwikkeling in het Groene Hart wordt belicht. Ook is speciale aandacht voor snelgroeiende bedrijven.

Voor meer informatie



www.utrechtbusiness.nl

Met de hele zaak op een ander spoor.

Uw congres, meeting of bedrijfsborrel op een
verrassende en inspirerende locatie?

Laat u meenemen naar Het Spoorwegmuseum!



Het Spoorwegmuseum
Maliebaanstation
3581 XW Utrecht

Tel.: +31 (0)30 230 62 89

E-mail: sales@spoorwegmuseum.nl

[WWW.SPOORWEGMUSEUM.NL]





Hojel City Center Fase I



Daltonlaan 600



WTC Utrecht



Hojel City Center Fase II

Uw huisvesting, onze ambitie

Dutch Office Fund biedt kantoorruimte in 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