



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 31 | NUMMER 3 | JULI 2015

BUSINESS®



Jan Kimpfen (UMC Utrecht):

**'De zorg verdient
vertrouwen'**

Nagenieten van de
Grand Départ

Kwaliteit te koop staande
bedrijven sterk verbeterd

De circulaire ambities van
marktleider Kargro



Bas van der Veldt
(AFAS): inspirator
met humor

HIJ IS ER WEER! PEUGEOT 308 SW MET SLECHTS

14% BIJTELLING

NETTO BIJTELLING*
PER MAAND V.A.: € 132



HET 308 SW
BLUE LEASE GAMMA
V.A. € 22.200

Gem. verbr. l/km: 3,2; km/l: 31,3; CO₂: 82 gr/km

RUIMSTE IN ZIJN KLASSE

De superruime Peugeot 308 SW is vanaf nu weer verkrijgbaar met slechts 14% bijtelling! Met zijn fraaie strakke lijnen, de riante afmetingen en door het moderne en strak vormgegeven dashboard beleeft u ultiem rijplezier. Bovendien rijdt u de 308 SW met zijn zuinige motoren al voor een netto bijtelling vanaf € 132 per maand. Zelf de Peugeot 308 SW ervaren? Wij zien u graag in onze showroom!



NEFKENS MIDDEN

Amersfoort (Bovee) Siliciumweg 36 Tel.: (033) 461 38 46

Bunnik Rumpsterweg 37 Tel.: (030) 656 15 83

Hilversum Melkpad 6 -10 Tel.: (035) 621 09 53

Huizen Ambachtsweg 48 Tel.: (035) 525 81 24

Naarden Gooimeer 15 Tel.: (035) 694 76 14

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.nefkens-midden.nl



PEUGEOT

* Bij 42% loonbelasting.

VOORWOORD



Inspireren

Om kwalitatief hoogstaande zorg te kunnen bieden, maakte het UMC Utrecht jaren geleden als een van de eerste Nederlandse ziekenhuizen duidelijke keuzes. 'Als je excellent wilt zijn, kan dat niet met het volledige palet van de geneeskunde,' zegt bestuursvoorzitter Jan Kimpen.

Binnen zes disciplines zet het UMC vooral in op een aantal specifieke aandachtsvelden. 'Zo ligt bij hersenen de focus onder andere op spierziektes. Daarop richten onze inspanningen zich. We hebben dus geen hoogleraar op het gebied van MS, wel vijf hoogleraren die zich bezighouden met spierziektes.' Deze strategie werpt vruchten af. 'Mensen met ALS komen van heinde en verre naar dit ziekenhuis.' Ondanks de bezuinigingen in de zorg wist het UMC Utrecht, dankzij gerichte investeringen, baanbrekende innovaties op zijn naam te schrijven. Een actueel voorbeeld is een apparaat voor de beeldgestuurde behandeling van kanker. Kimpen: 'Het kan een revolutie in de radiotherapie betekenen.'

Ook in economisch lastige jaren presteert softwarebedrijf AFAS uitstekend. In 2014 werd met een omzet van bijna 79 miljoen euro maar liefst 30 miljoen winst gemaakt. Topman Bas van der Veldt ziet ruimte voor verdere groei. 'Een omzet van 300, wellicht zelfs 400 miljoen omzet is mogelijk.' Ook aan het succes van AFAS ligt een heldere strategie ten grondslag. 'Onze meerwaarde zit in geïntegreerde oplossingen. Concurrenten die deze ook leveren, zijn veelal internationaal actief. Zij moeten hun focus verdelen, terwijl wij ons concentreren op Nederland.'

AFAS wil in ons land marktleider worden. Kargro is dat al. Niet alleen in Nederland, zelfs in Europa. Het Montfoortse bedrijf zorgt dat enorme aantallen gebruikte vrachtwagenbanden een tweede leven krijgen. Is dat niet mogelijk, dan worden de banden gerecycled. Het hoogste doel van Kargro is een volledig circulair bedrijfsproces. Twee actuele innovaties brengen dit streven een stuk dichterbij.

UMC Utrecht, AFAS, Kargro: zeer verschillende organisaties met duidelijke overeenkomsten. Dankzij een heldere focus, gerichte investeringen en een forse ambitie excelleren zij in een competitieve omgeving. Mocht u de vakantie nog voor de boeg hebben; deze inspirerende voorbeelden helpen wellicht bij het weer helemaal opladen van de accu.

Hans Hajée



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 31
juli 2015, editie 3

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
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

VORMGEVING
Jan-Willem Bouwman

DRUK
Balmedia
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

Tel. (030) 251 28 18
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

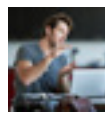
- 6** Jan Kimpen: 'De zorg verdient vertrouwen.'
- 10** Nagenieten van de Tour
- 12** VNO-NCW Nieuws: Start banencampagne arbeidsbeprekten
- 14** De circulaire ambities van marktleider Kargro
- 16** Kwaliteit te koop staande bedrijven sterk verbeterd
- 21** Van doel naar middel: Grand Départ smaakt naar meer
- 22** Impuls voor starters door The Next Entrepreneur
- 23** Column Laura Kiebert: Hoezo kantonrechttersformule?
- 24** Toplocaties in Midden-Nederland
- 26** Op de huid van Remco van Lunteren
- 28** Oscar de Goede en Sander van der Meijden: 'Wij houden ervan om iets te creëren.'
- 30** 't Wed & Waard Lounge: nieuw hospitalityconcept in Stadion Galgenwaard

NATIONAAL



I 'Wat moet anders, wat kan beter?'

Bas van der Veldt (AFAS): inspirator met humor



IV 'Stop de wildgroei; ga op IT-safari'

Outsourcing op goede gronden



VI Better safe than sorry

Nederland interessant voor cybercriminelen

- 32** Growing Games wil kansen voor Utrechtse gamesindustrie verzilveren
- 34** Stichting Cabane maakt omslag naar sociale onderneming
- 36** Gezonder leven: wie neemt de handschoen op?
- 38** Uit
- 40** Culinair: De Keuken van Gastmaal, Utrecht
- 42** Impressie Green & Fun Autotestdag
- 57** Elektrisch rijden in de praktijk
- 58** Mart Rienstra: Een andere ik

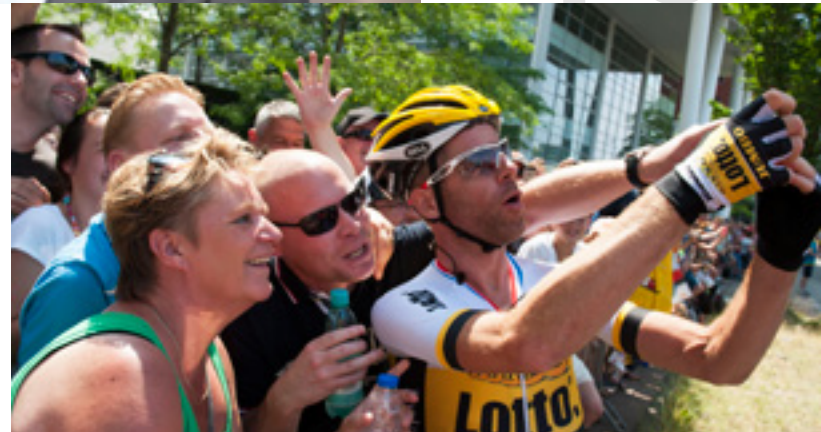
Bestuursvoorzitter Jan Kimpen (UMC Utrecht) hecht sterk aan een reëel beeld van de gezondheidszorg. 'Er is alle reden om de zorg te vertrouwen. De mensen die zich hier elke dag opnieuw met hart en ziel inzetten, verdienen dat.'



Utrecht geniet na van de Grand Départ. Een uniek evenement dat de stad internationaal op de kaart heeft gezet en de haar inwoners trots maakte. Van de rond het wielerveest gelegde verbindingen zal Utrecht jarenlang de vruchten plukken. De Tour werd van doel tot middel.



Kargro zorgt dat gebruikte vrachtwagenbanden een tweede leven krijgen. Is dat niet mogelijk dan worden de banden gerecycled. Volledig hergebruik komt steeds dichterbij. 'Ook zonder subsidies is een gezonde business case heel goed mogelijk.'



Uit onderzoek van de Hogeschool Utrecht blijkt dat het werkgelegenheidsverlies door mislukte overnames in vier jaar verdubbelde. Omzetting en kapitaalvernietiging zijn verviervoudigd. Maar er is ook goed nieuws. 'Al staan fors meer bedrijven te koop, hun kwaliteit is sterk verbeterd.'



De Utrechtse Drieharingstraat was een aantal jaren geleden een weinig aantrekkelijke plek. Nu is het een culinaire place to be. Dat is voor een belangrijk deel de verdienste van horecaondernemers Oscar de Goede en Sander van der Meijden.



Toegepaste games zijn met een veelbelovende opmars bezig. Bijna de helft van de 330 Nederlandse gamebedrijven houdt zich bezig met het ontwikkelen van spellen met een serieuze inslag. Zorginstellingen, leger, en luchtvaartmaatschappijen maken daar dankbaar gebruik van.



Erik van den Eijnde, cuisinier van De Keuken van Gastmaal, houdt van Nederlandse producten. 'Scheermessen bijvoorbeeld zijn fantastisch. Onze stranden liggen er vol mee, maar Nederlandse restaurants doen er niets mee. In Barcelona stikt het van de Hollandse scheermessen.'



De Green & Fun Autotestdag van Utrecht Business gaf ondernemers de gelegenheid om kennis te maken met een brede selectie actuele zakenauto's. Groen, zuinig en sportief, er was voor elk wat wils.

Jan Kimpen (UMC Utrecht):

'De zorg verdient vertrouwen'

Met jaarlijks ruim 31.000 opnames en bijna 12.000 medewerkers is het UMC Utrecht zowel maatschappelijk als economisch van groot belang voor stad en regio. Bestuursvoorzitter Jan Kimpen hecht sterk aan een reëel beeld van de gezondheidszorg. 'Er is alle reden om de zorg te vertrouwen. De mensen die zich hier elke dag opnieuw met hart en ziel inzetten, verdienen dat.'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

Als hij in november afscheid neemt van het UMC Utrecht is Jan Kimpen precies 18 jaar actief in de Utrechtse gezondheidszorg. De hoogleraar kindergeneeskunde maakte na tien jaar WKZ in 2007 de overstap naar de raad van bestuur. Daar was hij eerst decaan en vicevoorzitter alvorens twee jaar later Geert Blijham op te volgen als voorzitter van de raad van bestuur.

Primair proces

Wat is de meest in het oog springende verandering die het UMC Utrecht de afgelopen periode heeft doorgemaakt? 'Van een kennisinstelling met de nadruk op onderzoek zijn we een patiëntgeoriënteerd UMC geworden,' aldus Kimpen. 'Een academisch ziekenhuis waar onderwijs, onderzoek en zorg geheel ten dienste staan van de patiënt. Daarbij is iedereen onderdeel van hetzelfde primaire proces; van chirurg tot kok, van verpleegkundige tot schoonmaker.' Tevredenheidsonderzoek laat een positief beeld zien. 'Zowel klinisch als poliklinisch hoort elke afdeling tot de top van de Nederlandse UMC's. In een aantal gevallen zijn we zelfs best practise. Maar zeker zo waardevol vind ik de individuele respons – brieven, mails, telefoontjes – van patiënten die zich hier goed verzorgd voelen.'

Van heinde en verre

Ook het UMC Utrecht heeft te maken met bezuinigingen. 'De afgelopen periode hadden we elk jaar tot procenten minder te besteden. Om desondanks kwalitatief hoogstaande zorg te kunnen bieden, zijn keuzes onvermijdelijk,' stelt Kimpen. 'Als je excellent wilt zijn, kan dat niet met het volledige palet van de geneeskunde. Daarom hebben wij als een van de eerste Nederlandse ziekenhuizen speerpunten binnen onze portfolio geformuleerd.' Die bevinden zich op zes algemene gebieden: hersenen, hart en vaten, infectie en immuniteit, regeneratieve geneeskunde, kindergeneeskunde en oncologie. 'Binnen deze brede disciplines zetten wij vooral in op een aantal specifieke aandachtsvelden. Zo ligt bij hersenen de focus onder andere op spierziekten. Daar concentreren onze inspanningen zich. We hebben dus geen hoogleraar op het gebied van MS, wel vijf hoogleraren die zich bezighouden met spierziekten. Ook als het gaat om infrastructuur en apparatuur wordt gericht geïnvesteerd.' Deze focus werpt vruchten af. 'Zo komen mensen met ALS van

ACTIEVE PARTNER

Naast met multinationals als Philips werkt het UMC Utrecht samen met tal van andere bedrijven. 'Die zorgen voor de productie en het vermarkten van hier ontwikkelde innovaties, groot en klein,' zegt Kimpen. 'Onder onze holding vallen ruim twintig bedrijven. Op die manier kunnen venture capitalists investeren in de verdere ontwikkeling van kansrijke nieuwe toepassingen.'

In de regio is het UMC een actieve partner. 'Wij zijn nauw betrokken bij de EBU en het Utrecht Science Park. Ook ondersteunt het ziekenhuis tal van regionale initiatieven en evenementen. Met grote regelmaat zitten wij om tafel met vertegenwoordigers van bedrijfsleven en bestuur. Wij nemen onze verantwoordelijkheid als prominente kennisinstelling en werkgever zeer serieus.'

heinde en verre naar dit UMC.' Het Utrechtse ziekenhuis behandelt ook aandoeningen die dergelijke patiënten naast hun ziekte krijgen. 'Iemand met een spierziekte die een liesbreuk heeft, wordt hier geholpen. Daarnaast staan wij in brede zin open voor patiënten met een voorkeur voor dit ziekenhuis. Wij stellen een diagnose en verwijzen indien nodig door naar specialisten elders.'

Netwerkfunctie

Specialisatie komt optimaal tot zijn recht als meer ziekenhuizen keuzes maken. 'Afstemming daarvan is een van de uitdagingen voor de nabije toekomst. Niet voor niets hebben wij een Director Strategic Alliances aangenomen om samen met de raad van bestuur onze netwerkfunctie optimaal in te richten, in samenspraak met andere ziekenhuizen en zorgpartners.' Bij het doorverwijzen spelen huisartsen een cruciale rol. 'Door de hoge werkdruk is het voor hen lastig om in alle gevallen gericht door te verwijzen. Daarbij is ook de kwaliteit van onze dienstverlening van belang. Denk aan het adequaat terugkoppelen van de status van een patiënt. Dit draagt bij aan een goede verstandhouding en motiveert huisartsen om door te verwijzen.'

Revolutie in radiotherapie

Ondanks de bezuinigingen is het UMC Utrecht blijven investeren in onderzoek binnen haar portfolio. Met resultaat, want het ziekenhuis haalt regelmatig de media met baanbrekende innovaties. Zo trok een 3D geprinte schedel wereldwijd de aandacht. Internationaal is er veel interesse om in nieuwe technologieën te investeren. 'Actueel voorbeeld is een apparaat voor de beeldgestuurde behandeling van kanker. Het kan een

revolutie betekenen in de radiotherapie. De tijd dat patiënten tientallen behandelingen moeten ondergaan, zal tot het verleden behoren. Twee of drie keer kan straks volstaan.' Het concept wordt nog verder uitgewerkt maar bedrijven bouwen al fabrieken om de apparatuur te produceren. 'Er is op voorhand zelfs al een groot aantal exemplaren verkocht. Nota bene terwijl er nog geen patiënt mee behandeld is. Het onderstreept de enorme potentie van deze innovatie.'

Goed bewaard geheim

Klagen over de gezondheidszorg lijkt een nationale sport. Toch is ons land bij herhaling als beste van Europa beoordeeld in het jaarlijkse onderzoek van Health Consumer Powerhouse. In de meest recente editie laat Nederland Zwitserland en Noorwegen achter zich en haalt zelfs de hoogste score ooit. 'Het is een goed bewaard geheim,' stelt Kimpen. Vertrouwen komt te voet en gaat te paard. 'Bij veel mensen bestaat een beeld van ellenlange wachtlijsten. Vaak wordt België genoemd als voorbeeld van hoe het wel moet.' De realiteit is anders. 'De wachtlijst voor een CT-scan is in België zes weken, in deze regio vier dagen. Hier is een MRI binnen tien dagen mogelijk tegen drie maanden in België. Dat land heeft weliswaar meer apparatuur per hoofd van de bevolking, maar wij zetten deze veel efficiënter in.'

Georganiseerd wantrouwen

Het negatieve beeld van de zorg wordt volgens Kimpen sterk bepaald door de focus op incidenten. 'Begrijp mij goed, elke calamiteit is er één teveel. Wij doen er alles aan om deze terug te dringen. Kwaliteit en veiligheid zijn het hoogste doel in dit huis. En wanneer er toch iets gebeurt, is het zaak om daar open

en zonder terughoudendheid over te communiceren. Feit is echter dat een calamiteit in de zorg al snel leidt tot Kamervragen en nog meer regels. Er is een systeem van georganiseerd wantrouwen ontstaan. Ten onrechte, want er gaat heel veel goed. Er is alle reden om de zorg te vertrouwen. De mensen die zich hier elke dag opnieuw met hart en ziel inzetten, verdienen dat.'

Reële bezuinigingen

Niet alleen de kwaliteit, ook de kosten van de gezondheidszorg zijn veelbesproken. 'Bij de curatieve zorg liggen deze in lijn met de ons omringde landen. Langdurige zorg daarentegen is in Nederland aanzienlijk duurder. Dat hangt samen met de grotendeels collectieve financiering ervan. Andere landen kennen dat niet.'

Dat hier een reële bezuinigingsmogelijkheid ligt, wordt breed erkend. 'Daarom krijgt staatssecretaris Van Rijn – naar mijn mening een kundig bestuurder – nog altijd het voordeel van de twijfel in de Tweede Kamer. De manier waarop de bezuinigingen worden uitgevoerd, zorgt voor wrevel. Niet de beoogde miljardenbesparing *an sich*.'

Regie bij patiënt

Om kosten te beheersen en kwaliteit te borgen, wordt e-health steeds belangrijker. 'Investeren in IT is een belangrijke strategie om de zorg in de toekomst tegemoet te treden,' benadrukt Kimpen. Actueel voorbeeld: het generieke online portal dat het UMC Utrecht recent introduceerde. 'Hiermee hebben patiënten te allen tijde inzage in hun dossier. Zij beschikken over alle informatie op hetzelfde moment als de behandelaars. Kunnen dus bijvoorbeeld een longfoto bekijken zodra deze gereed is, al voor het geplande gesprek met de arts.' Dat kan toch leiden tot vragen en onzekerheid? 'Zeker. Daarom kunnen patiënten sneller feedback krijgen, bijvoorbeeld telefonisch of via een e-consult. Wij zijn ervan overtuigd dat deze openheid een vereiste is als je de patiënt echt de regie wilt geven. En let wel: mensen kunnen ervoor kiezen om de toegang tot gegevens af laten sluiten. Maar wij kunnen dat niet. De regie ligt bij de patiënt.'

Grote stap

De impact van het digitale portal is aanzienlijk. 'Fysiek ziekenhuisbezoek is lang niet altijd meer nodig. Neem schildklierpatiënten die elke drie maanden de voortgang laten

controleren en vervolgens nogmaals naar hier moeten komen om hun medicijnen aan te laten passen. Zij kunnen nu thuis de uitslag inzien en zo nodig zelf de medicatie wijzigen, al dan niet na een telefonisch consult.' Ook de maatschappelijke winst is relevant. 'Het is niet meer nodig om vrij te nemen, hiernaar toe te rijden, de auto te parkeren, et cetera. De ecologische *footprint* neemt af.' Met het patiëntenportal loopt het UMC Utrecht voorop. 'In theorie hebben nu alleen al in deze regio twee miljoen mensen digitaal toegang tot informatie. Dat zijn er evenveel als vorig jaar in de gehele Verenigde Staten via portaaltechnologie hun dossier konden inzien. Dit is echt een grote stap.'

Juiste moment

Het UMC Utrecht moet volgens de bestuursvoorzitter haar innovatieve rol vasthouden en

verder uitbouwen. 'Een ander cruciaal aandachtsveld is de samenwerking met andere zorgpartijen, zowel landelijk als regionaal.' Deze ambities vereisen passend leiderschap. 'Alle betrokkenen – raad van bestuur, divisieleiding, afdelingshoofden – moeten de benodigde continue verandering initiëren en faciliteren.' Dit proces laat Kimpen met een goed gevoel over aan zijn opvolger. 'Afscheid nemen doet pijn. Ik werk hier met buitengewoon veel plezier en ben trots op wat we samen – met alle bijna 12.000 medewerkers – in de afgelopen jaren gerealiseerd hebben. De timing van een vertrek luistert nauw maar voor mijn gevoel heb ik het juiste moment gekozen.' ■



Jan Kimpen: 'Er is een systeem van georganiseerd wantrouwen ontstaan.'



De Kroon

BEVEILIGING

WÉL VEILIG

Alarmopvolging • Collectieve beveiliging
Receptiediensten • Brandsluitronden

Al 75 jaar vertrouwd

SERVICEDESK@DEKROON.COM - WWW.DEKROON.COM

75 jaar jong!



De leukste werkplek van Nederland

Huurvormen <ul style="list-style-type: none">■ Kantoor op maat■ Managed offices■ Flexplekken■ Vergaderen■ Club HNK	HNK- Het nieuwe Kantoor <p>Wil jij ook werken precies hoe en wanneer het jou uitkomt?</p> <p>En exact de ruimte huren die je nodig hebt? In een inspirerende eigentijdse omgeving? Dat doe je bij HNK - Het Nieuwe Kantoor.</p>
---	--

T 0800 - 8098
info@hnk.nl
/HetNieuweKantoor

www.hnk.nl

VERGADEREN
KANTOORRUIMTE
FLEXPLEKKEN HORECA
EVENTS

Lean&Duurzaam



www.vandenpol.com



Onvergetelijk

FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

De Tour de France leverde tal van bijzondere momenten op. De orkaan van geluid die de Nederlandse renners tijdens de proloog opstuwde tot grote hoogte. Een a capella versie van 'Als ik boven op de Dom sta' die onder Nederlands hoogste kerk ook door tal van niet-Utrechters van harte werd meegezongen. En de brede glimlach van een gemeentereinigingsmedewer-

ker die in zijn vuilniswagen voorafgaand aan het peloton hartstochtelijk werd toegejuicht door het publiek. Utrecht staat op het netvlies gegriefd van vele miljoenen *dans le monde entier*. Dat, plus de ontstane trots en saamhorigheid, zal de stad de komende jaren nog heel veel moois brengen. Met dank aan de Grand Départ. ■



Regio Utrecht-Midden start banencampagne arbeidsbeperkten

Op 19 mei is tijdens het werkgeversevent Participatiewet Tour in Bunnik het startsein gegeven voor een campagne om mensen met een arbeidsbeperking in Utrecht-Midden aan een baan te helpen. Onder het motto 'Alleen talent telt!' zet de campagne werkgevers aan zich extra in te spannen. Doel is om binnen twee jaar 1.145 banen te creëren.



Een arbeidsbeperking is meestal geen beperking.
Kijk maar op alleentalenttelt.nl

Alleen talent telt!

www.alleentalenttelt.nl

De campagne die twee jaar loopt, laat werkgevers zien dat mensen met een arbeidsbeperking meestal net zo goed gekwalificeerd zijn als ieder ander; een arbeidsbeperking hoeft helemaal geen functiebeperking in te houden. Veel werkgevers staan hier eenvoudigweg niet bij stil, en de campagne wil ten eerste meer bewustzijn kweken. Andere doelen zijn het werven van vacatures en het meer bekend maken van de soorten hulp en ondersteuning door het WerkgeversServicePunt.

Kansen laten zien

'Als voorzitter van VNO-NCW Utrecht vind ik dat iedereen die kan en wil werken, ook echt een kans moet krijgen. Het sociale stelsel wordt onbetaalbaar en daardoor wordt arbeid te duur. Daarom willen we zoveel mogelijk werkgevers meenemen in het gedachtengoed van de inclusieve arbeidsmarkt, waarin plaats is voor iedereen die wil werken. Dus werkgevers: wat let u, creëer die extra banen! Dat willen we ook op plaatsen waar dat

niet direct voor de hand ligt. Daarvan laten we voorbeelden zien om werkgevers op ideeën te brengen. We gaan kortom de kansen laten zien,' zegt Rob Eradus, voorzitter VNO-NCW Utrecht.

Alleentalenttelt.nl

Alleentalenttelt.nl is het centrale platform waar informatie te vinden is voor werkgevers en werkzoekenden. Ook de nu al bekende matchingwebsite Onbepertaandeslag.nl is een belangrijk onderdeel om vraag en aanbod beter bij elkaar te brengen. Hier kunnen werkgevers vacatures aanmelden en kunnen werkzoekenden met een arbeidsbeperking zich registreren. ■

Contact en informatie:

Alwin Roest, regiomanager VNO-NCW Utrecht
T 055 – 5222606

E roest@vno-ncwmidden.nl

I www.vno-ncwmidden.nl/utrecht

UTRECHTSE WERKTAFEL EN DE PARTICIPATIEWET

Initiatiefnemer voor de campagne is de Utrechtse Werktafel waarin 15 gemeenten, VNO-NCW Midden, MKB-Nederland Midden en werknemersorganisaties hun krachten hebben gebundeld. Aanleiding hiervoor is de Participatiewet, met als doel landelijk voor 2026 125.000 banen te creëren voor werkzoekenden met een arbeidsbeperking. Taak van de Utrechtse Werktafel is het creëren van 1.145 (extra) banen in twee jaar tijd. Als de afgesproken extra banen er niet komen, worden ondernemers wettelijk verplicht een bepaald aantal banen te creëren. Vertegenwoordigers vanuit het bedrijfsleven aan de Utrechtse Werktafel zijn mevrouw Poortenaar-van Linder (USG People) en de heren Van Hattem (Rabobank), Janssen (Sodexo) en Van de Kraats (AWVN). De werkgevers worden ondersteund door Martine Schuijjer (schuijjer@vno-ncwmidden.nl) en Alwin Roest (roest@vno-ncwmidden.nl) namens het bureau van VNO-NCW Midden.

TOURSTART SLIMME **INVESTERING**

De start van de Tour de France betaalde zich voor Utrecht uit in klinkende munt. Vooral de horeca profiteerde, maar ook winkels en vervoersbedrijven boerden goed. De lokale bestedingsimpuls van de Grand Départ bedraagt naar verwachting bijna 34 miljoen euro, aldus een schatting van ING Economisch Bureau voorafgaand aan de Tourstart.

‘De Grand Départ is niet zomaar een feestje om Utrecht in het zonnetje te zetten,’ stelt ING-econoom Edse Dantuma. ‘De wereldwijde aandacht voor de stad is natuurlijk mooi, maar de Tourstart is ook een slimme investering. De extra bestedingen die het evenement losmaakt, overtreffen ruimschoots de investeringen.’

Ongeveer 900.000 wielersfans bezochten Utrecht in de Tourweek, met uiteraard de

grootste toeloop tijdens de Grand Départ. In totaal komen de extra dagbestedingen van bezoekers over de vijf dagen met de belangrijkste festiviteiten naar verwachting uit op € 17,5 miljoen. Bijna 50% van deze uitgaven is opgegaan aan eten en drinken in cafés en restaurants, schat ING Economisch Bureau. Winkeluitgaven waren goed voor bijna 20% van de uitgaven; overnachtingen, merchandise en vervoer ieder voor ongeveer 10%.

Per saldo bedroegen de extra bestedingen van bezoekers, media, ploegen en tourorganisatie (ASO) € 22,3 miljoen. Met daar bovenop de extra bestedingen vanuit de overheid en de ASO-fee daarvan afgetrokken, is sprake van een totale bestedingsimpuls door de Grand Départ van 33,7 miljoen euro.

JAN BOGERD NIEUWE BESTUURS- VOORZITTER HU

De Raad van Toezicht van Hogeschool Utrecht benoemt per 1 september Jan Bogerd MBA als voorzitter van het College van Bestuur. Hij volgt Geri Bonhof op die de afgelopen twaalf jaar bestuursvoorzitter was. Bogerd was docent en bekleedde diverse leidinggevende functies binnen Hogeschool Utrecht. Zo was hij directeur van de Faculteit Economie & Management alvorens in 2009 toe te treden tot het College van Bestuur.

Paul de Krom, voorzitter Raad van Toezicht: ‘Binnen Hogeschool Utrecht is er grote waardering voor het werk dat Jan Bogerd in de afgelopen periode voor onze hogeschool heeft verricht. Hogeschool Utrecht wil de komende jaren haar strategische ambities naar 2020 verder realiseren. De Raad van Toezicht is verheugd dat Jan hier een voortrekkersrol in wil vervullen.’



Unified Communications

Wie telefoneert er nog?

Uw zakelijke communicatie kan een stuk effectiever met video-bellen, document- en desktop-sharing, al dan niet met één of meerdere personen. De voordelen zijn enorm en de kostenbesparing substantieel.

Geïnteresseerd in de voordelen van Unified Communications voor uw bedrijf? Neem dan contact op met Citocom (030) 252 07 77.



 **citocom**[®]
innovatie in communicatie

Citocom bv
[030] 252 07 77 · www.citocom.nl
De Bouw 143 · 3991 SZ Houten

De circulaire ambities van marktleider Kargro

'Groene technologie levert geld op'

Soms zijn er bedrijven met een impact waar het grote publiek geen weet van heeft. Het Montfoortse Kargro is zo'n onderneming. Deze Europese marktleider zorgt dat enorme aantallen gebruikte vrachtwagenbanden een tweede leven krijgen. Is dat niet mogelijk dan worden de banden gerecycled. Door de inzet van innovatieve technieken en steun van de Rabobank komt volledig hergebruik steeds dichterbij. 'Ook zonder subsidies is een gezonde business case heel goed mogelijk.'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

De historie van Kargro gaat terug tot 1968. 'Basis van bedrijf is de handel in versleten vrachtautobanden, zogenaamde karkassen,' vertelt directeur Jan Driessen. 'Die worden door ons geselecteerd en verkocht in meer dan veertig landen. Lokale bedrijven voorzien de karkassen van een nieuw loopvlak. Ook verzamelen wij banden die niet meer geschikt zijn voor hernieuwd gebruik. Deze schrotbanden worden gerecycled.'

Oudste ter wereld

In de loop der jaren breidde Kargro haar activiteiten steeds verder uit. Bijvoorbeeld met Lintire in Vianen, een groothandel in gebruikte personenautobanden. Verder worden zowel in Nederland (Banden Plan Europa te Montfoort) als in België (Tyre Plan Europe, Kalmthout) karkassen voorzien van een nieuw loopvlak. Begin jaren '90 verwierf Kargro de bandenvernieuwingsmachines van Ubo uit het faillissement van dit Utrechtse bedrijf, inclusief de handelsnaam. Dochterbedrijf Rumal in Nederweert tot slot is de oudste nog operationele bandenrecyclingfabriek ter wereld.

Grootste speler

De miljoen vrachtwagenbanden die jaarlijks in het bedrijf omgaan, maken Kargro in elk geval in Europa maar waarschijnlijk ook wereldwijd tot de grootste speler. 'Ongeveer

de helft van deze banden is geschikt voor vernieuwing. Bij de schrotbanden – per jaar zo'n 35.000 ton – verwerken wij het rubber tot granulaat en poeder. Dit wordt gebruikt als toevoeging bij de productie van onder meer rubber matten. Bij kunstgras sportvelden worden granulaten ingezet voor de onderbouw en als *infill* tussen de kunstgras-spieten; dit bevordert de sporttechnische kwaliteit.' Ook uit andere onderdelen van schrotbanden worden bruikbare stoffen gehaald. 'Jaarlijks winnen wij hieruit zo'n 8.000 ton staal terug waarmee nieuwe producten kunnen worden gemaakt.'

Prima sparringpartner

Kargro bankiert bij Rabobank Utrecht. 'Het is een kerngezond, innovatief bedrijf,' zegt relatiemanager Corporate Banking Maruan Sadek. 'Kargro is continu op zoek naar manieren om processen verder te verduurzamen. Door bij de recycling steeds hoogwaardiger stoffen te winnen, komt het volledige hergebruik van oude banden alsmaar dichterbij. Deze circulaire doelstelling spreekt ons zeer aan. De Rabobank hecht aan duurzaamheid en wij zien de circulaire economie als hét concept voor de toekomst.' Klanten worden daarbij ondersteund met

CIRCULAR ECONOMY CHALLENGE

De duurzame circulaire economie creëert waarde door reuse, reduce en recycle. Het vormt volgens Rabobank een veelbelovend alternatief voor het huidige lineaire model van take, make, waste. Met de Circular Economy Challenge wil de bank bedrijven inzicht geven in kansen en knelpunten van de circulaire economie. Hiertoe hebben negen ondernemers uit de Food & Agri en automotive-industrie in een aantal workshops een jaar lang gewerkt aan hun circulaire business case. Met het devulkanisatieproject was Kargro een van de deelnemers. 'Een prima initiatief,' aldus Driessen. 'Ik heb veel opgestoken door de kruisbestuiving tussen de deelnemende bedrijven. Je leert van elkaar en komt samen tot nieuwe inzichten.' De Circular Economy Challenge werd op 3 juli afgesloten met een evenement. Sadek: 'Het initiatief krijgt zeker een vervolg.'



Maruan Sadek en Jan Driessen:
gedeelde ambitie

AANDEEL IN ELKAARS ONDERNEMERSCHAP

In deze reeks artikelen staan Utrechtse samenwerkingsverbanden centraal die duurzaam en innovatief ondernemerschap stimuleren. Rabobank Utrecht steunt als lokale coöperatieve bank dergelijke initiatieven en maakt deze rubriek mede mogelijk. Kijk op www.rabobank.nl/utrecht hoe de Rabobank ook een aandeel in uw ondernemerschap kan hebben.

middelen, netwerk en kennis. ‘Zo zijn onze *industry knowledge* teams een prima sparringpartner voor de specialisten van Kargro.’

Grote potentie

Om haar circulaire ambitie te realiseren, werkt Kargro aan twee opvallende innovaties: devulkanisatie en pyrolyse. Bij het eerste proces worden de zwavelbruggen verbroken die vloeibaar rubber zijn vaste vorm geven. Hierdoor kan dit opnieuw gevormd worden. Driessen: ‘Samen met een student van de UT Twente onderzoeken wij bij Rumal de toepassing van devulkanisatie bij bedrijfswagenbandengranulaat. Het is een complex proces met een grote potentie. Door devulkanisatie ontstaat hoogwaardiger materiaal dan tot nu toe gewonnen wordt. Deels kan dit nieuw rubber vervangen bij de productie van banden. Hiermee is de cirkel van onze activiteiten rond.’

Om de hoek

De tweede innovatieve techniek waar Kargro aan werkt, is pyrolyse. Bij dit proces wordt organisch materiaal ontleed door het te verhitten tot hoge temperaturen zonder dat er

zuurstof bijkomt. ‘Hierdoor kunnen banden afgebroken worden tot verschillende bruikbare stoffen. We hebben jarenlang gezocht naar de juiste kennisleverancier voor deze techniek. Die werd gevonden in het bedrijf Black Bear Carbon, nota bene bijna om de hoek gevestigd.’

De voorbereidingen voor de bouw van een pyrolysefabriek op het terrein van Rumal in Nederweert zijn in volle gang. ‘Jaarlijks kunnen hier tot twee miljoen afgekeurde banden verwerkt worden. Eerst wordt ijzer teruggewonnen. Vervolgens vindt in een enorme oven onder hoge temperatuur de pyrolyse plaats. Het materiaal wordt hierbij gesplitst in de oorspronkelijke grondstoffen: gas, carbon en olie. Twee miljoen banden – samen zo’n 14.000 ton – zijn jaarlijks goed voor 1.800 ton staal, 4.500 ton carbon, 3,5 miljoen kuub gas en 5,5 miljoen liter pyrolyseolie. Het gas gebruiken wij zelf voor de opwekking van energie. De overige stoffen worden verkocht.’

Gezonde business case

De nieuw te bouwen fabriek vergt een forse investering. ‘Zo’n twaalf miljoen euro,

exclusief de grond,’ meldt Driessen. De financiering is mede mogelijk gemaakt door de Rabobank. De benodigde machines hebben een lange levertijd. ‘Pas medio volgend jaar zal de fabriek volop draaien. Deze is modulair opgezet en kan in de toekomst worden uitgebreid.’

Met de twee projecten zet Kargro een grote stap op weg naar een circulair bedrijfsproces. ‘Je ziet wel dat marktleaders op hun lauweren rusten,’ zegt Maruan Sadek. ‘Daar is bij Kargro geen sprake van. Zij zijn constant op zoek naar mogelijkheden om hun voorsprong vast te houden en de afzetmarkt te verbreden.’ Met de actuele innovaties wordt volgens Driessen het fundament van zijn bedrijf verder versterkt. ‘Beide processen hebben een duurzaam karakter en zijn tegelijkertijd economisch rendabel. Het is groene technologie die geld oplevert. Het toont aan dat duurzaam werken zeker niet verliesgevend hoeft te zijn. Ook zonder subsidies is een gezonde business case heel goed mogelijk.’ ■



Kwaliteit te koop staande bedrijven sterk verbeterd

'De koper is je belangrijkste klant ooit'

Het Kenniscentrum Innovatie & Business van Hogeschool Utrecht onderzoekt opnieuw de impact van bedrijfsopvolging op de Nederlandse economie. In vier jaar tijd is het werkgelegenheidsverlies door mislukte overnames verdubbeld. Omzetsderving en kapitaalvernietiging zijn verviervoudigd. Maar er is ook goed nieuws. 'Al staan fors meer bedrijven te koop, hun kwaliteit is sterk verbeterd,' zegt Lex van Teeffelen. 'In een aantrekkelijke economie zullen veel van deze bedrijven een koper vinden.'

TEKST HANS HAJÉE

Voor de actuele versie van het onderzoek naar bedrijfsopvolging zijn ruim 2.400 ondernemers ondervraagd. Bedroeg het werkgelegenheidsverlies door mislukte overnames in 2011 zo'n 55.000 voltijds arbeidsplaatsen, vier jaar later zijn dat er bijna 123.000. De omzetsderving liep op van 3,2 miljard tot 12,4 miljard euro. De kapitaalvernietiging steeg van 1,3 miljard euro tot 4,6 miljard.

Substantiële bedrijven

Ook het aantal bedrijven in de verkoop steeg sterk: van 23.500 in 2011 naar 55.700 bedrijven nu. 'Bij het vorige onderzoek hield de kwaliteit ervan niet over,' zegt onderzoeksleider Lex van Teeffelen, lector financieel-economische advisering aan de Hogeschool Utrecht. 'Nu staan bedrijven er veel beter voor als zij op de markt komen. Al is de winstmarge nog niet

echt verbeterd, gemiddeld is er een brede klantenkring, zijn de omzetten hoger en is de solvabiliteit prima. Bijna 29% exporteert en met gemiddeld 7,2 fte gaat het om substantiële bedrijven. De index "kansrijk bij verkoop" steeg tot boven de 50%.'

Inhaaleffect

Gezonde bedrijven met verkoopplannen lijken te hebben gewacht op betere

tijden. 'Nu die zich aandienen, komen zij versneld op de markt. 10% van alle bedrijven met personeel staat nu te koop, een verdrievoudiging in vergelijking tot 2011.' Een percentage van 5% is normaal. 'Er is sprake van een inhaaleffect. Naar verwachting zal dit binnen een aantal jaren wegebben.'

Want aan interesse ontbreekt het niet. 'Naar aanleiding van het onderzoek kreeg ik veel respons van potentiële kopers. Die vragen zich af waar ze al die te koop staande bedrijven kunnen vinden,' lacht Van Teeffelen. 'Uit onderzoek van onder meer KPMG blijkt dat veel bedrijven willen expanderen. Overname is daartoe een geschikte manier. Ook veel buitenlandse (familie)bedrijven zien Nederland als een interessante markt. Zij beschikken vaak over een goedgevulde kas en hebben dus geen banken nodig.'

71e plaats

À propos banken; hoe staat het met de kredietverlening? 'Banken blijven zeer terughoudend, meer dan in ons omringende landen. Op de ranglijst van de Wereldbank voor toegang tot financiering door het mkb is Nederland zelfs afgezakt naar de 71e plaats. Nota bene ver onder landen als Mongolië, Namibië en Servië. Ook heeft ons mkb bij een financieringsaanvraag de grootste afwijzingskans binnen de EU. Bancaire financiering van bedrijfsoverdracht blijft een belangrijke bottleneck.' Er zijn ook positieve ontwikkelingen. 'Het helpt dat Qredits nu tot 250.000 euro kan financieren. Kredietunies zijn in opkomst maar hebben vooralsnog een beperkte impact. Van crowdfunding heb ik hoge verwachtingen. Dat instrument is tot nu toe vooral gericht op nieuwe initiatieven en producten. Maar overnamefinanciering leent zich prima voor crowdfunding. Historie en onderliggende cijfers van bedrijven zijn immers bekend. Dit track-record zorgt ervoor dat je op betere gronden kunt investeren dan bij een nieuw idee. Daarom kan ik me goed voorstellen dat er afzonderlijke platforms komen voor overnamefinanciering. Ik sprak hierover met een aantal crowdfunders en de reacties zijn positief.'

Op een presenteerblaadje

Van Teeffelen merkt dat banken crowdfundingplatforms beginnen in te zetten bij

financiering. 'Ik ken nu drie banken die dat doen of binnenkort zullen doen. Vooralsnog gaat het om beperkte tranches kapitaal. Banken stellen vastomlijnde criteria voor wat betreft risico's en kenmerken van de te financieren bedrijven. Via crowdfundingplatforms worden potentiële investeringen vervolgens op een presenteerblaadje aangereikt. Op die manier zijn de handlingkosten voor banken minimaal en behalen zij een prima rendement.' Deze vorm van financiering is nu nog kleinschalig en er wordt geen ruchtbaarheid aan gegeven. 'Maar bij gebleken

'Verdiep je in de drijfveren van potentiële kopers.'

succes – en daar twijfel ik niet aan – zullen meer banken volgen en neemt de openheid toe. Denk aan banners waarmee een bank zich profileert als *lead investor* bij een te financieren project.'

Frisse wind

Al jaren hamert Van Teeffelen op de noodzaak om meer aandacht te besteden aan bedrijfsoverdracht. 'Hierbij spelen twee overwegingen. Allereerst een defensieve. Lukt het veel ondernemers niet om een opvolger te vinden dan zijn de negatieve gevolgen enorm. Zie ons onderzoek: verlies aan werkgelegenheid, omzetting, kapitaalvernietiging.' Succesvolle

bedrijfsoverdrachten leveren juist een economische impuls op. 'Uit onderzoek blijkt dat overgenomen bedrijven in driekwart van de gevallen beter presteren. De nieuwe eigenaar zorgt voor een frisse wind; meer innovatie, omzet en winst. Daarom is het van essentieel belang dat bedrijfsoverdracht maximaal gefaciliteerd wordt. Dat zet veel meer zoden aan de dijk dan het stimuleren van starters of bevordering van innovatie.'

Gezond verstand

Langzamerhand dringt dat besef ook door tot de politiek. 'Het voorstel van Kamerlid Mei Li Vos om verkopers van bedrijven ondersteuning te bieden, is goed. Alleen met de suggestie om dit te laten verlopen via het bijzondere bestandsloket slaat zij de plank mis. Ik zie daarbij veel meer in een rol voor de brancheorganisaties. Laat deze voor bedrijven vertrouwde partijen een pool beheren voor de financiering van overnameadviseurs.'

Verreweg de meeste ondernemers hebben geen ervaring met bedrijfsoverdracht. 'Er zijn legio valkuilen,' weet Van Teeffelen. 'Toch is een korte, gerichte cursus al voldoende om de benodigde basiskennis op te doen.' Ook gezond verstand helpt. 'Je verkoopt een bedrijf maar één keer. De koper is je belangrijkste klant ooit. Verdiep je dus in de drijfveren van potentiële kopers. Waarom zou iemand jouw bedrijf willen kopen, wat is voor hem van waarde? Dat kan heel goed niet het bedrijf op zich zijn maar bijvoorbeeld het machinepark. Of wat dacht je van compensabele verliezen? Realiseer je dus vooraf goed wat de verkoopbare elementen zijn en bepaal aan de hand daarvan de prijs.' ■

DE TIJD GAAT DRINGEN

Het onderzoek van de Hogeschool Utrecht bracht ook de leeftijd van ondernemers met te koop staande bedrijven in kaart. 'Vergeleken met de vorige enquête zijn deze nu een stuk ouder; gemiddeld bijna zestig jaar,' zegt Lex van Teeffelen. Voor sommigen begint de tijd te dringen. 'Zeker als een overdracht niet direct lukt of de onderhandelingen lang duren, wat bij grotere bedrijven vaak het geval is. Dat kan extra stress opleveren.' Verkopers moeten zich ook realiseren dat hun betrokkenheid niet altijd eindigt als de handtekeningen zijn gezet. 'Vaak wordt verwacht dat zij de overname meefinancieren door een achtergestelde betaling. Ook een earn out afhankelijk van toekomstige resultaten komt regelmatig voor.'

ACN UTRECHT



Een boom valt niet bij de eerste slag

Een moeilijk karwei kan niet in een handomdraai worden uitgevoerd. Dat vergt expertise en vakmanschap. Maar wel tegen tarieven van deze tijd.

- financiële administratie
- salarisadministratie
- belastingaangiften
- jaarrekeningen
- bedrijfsfinanciering
- fiscale advisering
- juridische advisering
- erfrecht, bedrijfsopvolging en verkoop van uw onderneming.

Wilt u meer informatie over ACN Utrecht, onze werkwijze of diensten die wij aanbieden? Neem dan contact op voor een vrijblijvend kennismakingsgesprek.

Herculesplein 263, 3584 AA Utrecht | T. 030 63 55 910 | M. 06 1026 8850

www.acnutrecht.nl

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

EVENT APP



GEEFT TOEGEVOEGDE WAARDE AAN UW BEZOEKERS!

www.2gather.nl

2gather

BUSINESS FLITSEN

ANTIN NEEMT EUROFIBER OVER

Investeringsmaatschappij Antin Infrastructure Partners heeft overeenstemming bereikt met Doughty Hanson en Reggeborgh over de overname van alle aandelen van Eurofiber Group (Utrecht) voor een bedrag van 875 miljoen euro. Eurofiber blijft als zelfstandige organisatie actief en de bedrijfsvoering wordt onder het huidige management voortgezet. Met de nieuwe aandeelhouder verwacht Eurofiber nog sneller te groeien in zakelijke digitale infrastructures. CEO Alex Goldblum: 'Wij zijn zeer enthousiast over de acquisitie door Antin Infrastructure Partners. Het is een investeringsmaatschappij die zich volledig heeft toegelegd op vitale infrastructures. Wij zijn ervan overtuigd in Antin IP een partner gevonden te hebben die ons helpt onze groeiambities ook op de lange termijn te verwezenlijken.'

FARMAGIGANT INVESTEERT IN BUNNIKS BEDRIJF

Het Amerikaanse farmaconcern Pfizer neemt een minderheidsbelang in AM Pharma. Dit Bunnikse bedrijf werkt aan een medicijn tegen acuut nierfalen. De investering dient als aanloop naar een mogelijke overname van AM Pharma voor een bedrag van meer dan een half miljard euro. Pfizer betaalt AM Pharma in eerste instantie 87,5 miljoen dollar. Daarmee krijgen de Amerikanen naast een minderheidsbelang ook het exclusieve recht het Nederlandse bedrijf in 2016 geheel over te nemen. Volgend jaar maakt AM Pharma de resultaten bekend van een belangrijk onderzoek naar de werking van haar geneesmiddel recAP. Zijn die resultaten goed dan wil Pfizer AM Pharma overnemen voor een bedrag dat kan oplopen tot 512,5 miljoen dollar. Het totale overnamebedrag zou hierdoor uitkomen op 600 miljoen dollar, ruim 537 miljoen euro.

MKB-OVERNAMEMARKT OP STOOM

Meer transacties, een grotere orderportefeuille en een positieve verwachting voor de rest van 2015. Dat zijn de belangrijkste uitkomsten van de Brookz Overname Barometer, een periodiek onderzoek van overnameplatform Brookz naar cijfers en trends in de overnamemarkt. Het onderzoek vond plaats onder 122 fusie- en overname advieskantoren (460 adviseurs). Samen vertegenwoordigen deze meer dan 75 procent van de mkb-overnamemarkt (bedrijven met een omzet tussen de 0,5 tot 25 miljoen euro). Daarvan deed ruim 35% van de kantoren mee aan het onderzoek.

In het eerste kwartaal van 2015 werden door de respondenten 128 kooptransacties en 136 verkooptransacties begeleid. Ruim de helft van deze transacties vond plaats in de branches zakelijke dienstverlening (20%), groot- en detailhandel (17%) en industrie en productie (16%).

Daarnaast werd de pijplijn in het eerste kwartaal goed gevuld. In vergelijking met het voorgaande kwartaal nam het aantal opdrachten bij 60% van de advieskantoren aanzienlijk toe. Bij 19% van de respondenten ging het zelfs om een toename van meer dan 25%. Slechts bij 5% van de overnameadvieskantoren deelde het aantal opdrachten ten opzichte van Q4-2014.

Om een indicatie te krijgen van de prijsontwikkeling is de overnameadvieskantoren gevraagd naar hun inzichten over hoogte en mutaties van de zogenaamde multiples. Dit is de factor waarmee de EBITDA van een bedrijf wordt vermenigvuldigd om tot een transactieprijs te komen. De multiple varieert per branche tussen de 3,7 en 5,7; de gemiddeld gehanteerde waarde over alle branches is 4,6. Een ruime meerderheid van de advieskantoren (58%) geeft aan dat de betaalde multiples in het eerste kwartaal van 2015 vergelijkbaar zijn met die in dezelfde periode vorig jaar.

De vooruitzichten voor de rest van 2015 zijn positief. Ruim driekwart van de advieskantoren verwacht dat de overnamemarkt de komende zes maanden verder aantrekt. Ongeveer een kwart van de respondenten gaat uit van een onveranderde markt. Geen van de advieskantoren verwacht een verslechtering. In cijfers uitgedrukt krijgt het eerste kwartaal gemiddeld een 6,4. Het verwachte overnameklimaat in de komende zes maanden wordt beoordeeld met een 7,3.

DE MEERN, Damzigt Buitenterrein



Te huur 4.000 m² met puin verhard buitenterrein gelegen tussen Veldzigt (ten zuiden van huisnummer 53) en Damzigt (tussen huisnummers 29 en 39) in De Meern.

Het terrein is circa 47 m breed en circa 86 m diep, omheind en voorzien van 2 inrijpoorten van 8,2 m breed. De lokatie heeft de bestemming "bedrijventerrein". De aangewezen gronden zijn bestemd voor bedrijven uit de milieucategorieën 1 t/m 3.2, grootschalige- en perifere detailhandel, parkeervoorzieningen en webwinkels.

Huurprijs € 25 per m² per jaar

VIANEN, Marconiweg 1



ca. 1.100 m² logistieke bedrijfsruimte v.v. 10 deuren op dockniveau plus ca. 150 m² kantoor op de verdieping v.v. nieuwe representatieve entree.

voorzieningen:

- 18 m diepe laadkuil en buitenterrein
- vrije hoogte circa 6 m
- heaters, krachtstroom en lichtstraat
- airco en tapijt in kantoor
- zelfstandige toiletten

Huurprijs € 59.500 per jaar

NIEUWEGEIN, Ravenswade 220



1.725 m² bedrijfsruimte en 520 m² entresol, alsmede 258 m² kantoor/kantine op een omheind perceel. Geschikt voor milieucategorie 4.2

Voorzieningen o.a.:

- vrije hoogte 5,7 m, vloerbelasting 2.500 kg/m²
- 3 overheaddeuren, 12 parkeerplaatsen (eigen terrein)
- zeer energiezuinig, vloerverwarming en vloerkoeling.

Huurprijs € 95.000 per jaar
Koopprijs € 1.300.000 k.k.

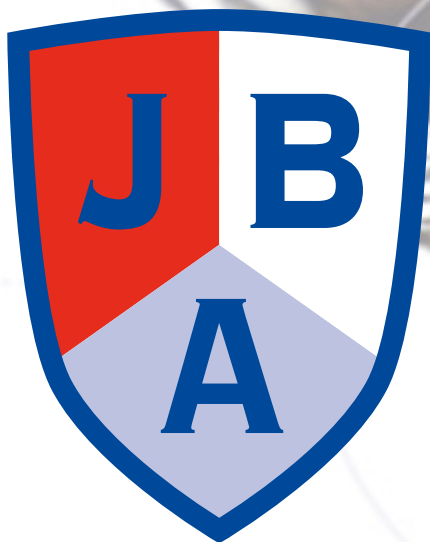
Huurprijzen en koopsommen zijn te vermeerderen met BTW, tenzij anders vermeld.

088 makelaar
(088 6253522)

www.ijsselstreekzakelijk.nl

De Meern | IJsselstein | Montfoort | Vianen
Wijk bij Duurstede | Woerden

UW VEILIGHEID ONZE ZORG



SECURITY

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

1000 m² INSPIRATIE



VLOEREN & RAAMBEKLEDING

Bezoek onze showroom aan de Ambachtsweg 1 te Nieuwegein voor een verhelderende nieuwe kijk op woning- en projectstoffering.

De voordelen van Vocking Interieur:

- grootse keuze
- duidelijk advies
- vakkundige stoffeers
- uitsluitend A-merken
- CBW erkend

VAKMANSCHAP,
DAT ZIE JE!

VLOEREN EN VLOERBEDEKKING

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

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

RAAMBEKLEDING

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

Grootse gordijnencorner met ruim 200 showgordijnen en honderden stalen van de merken Eijffinger, JAB, Kobé, Artelux, Vriesco, dePloeg, Kendix en Toppoint.



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



Dinsdag t/m vrijdag 09:00-17:00 uur zaterdag 10:00-17:00 uur koopavond vrijdag 18:00-21:00 uur maandag gesloten
Ambachtsweg 1 3433 PR Nieuwegein T. 030 6054216 www.vockinginterieur.nl Gratis parkeren



Van doel naar middel: Grand Départ smaakt naar meer

Samenwerking verbindt waardoor Utrecht excelleert



Cor Jansen

Nu het stof van het grootste internationale wielerspektakel is neergedaald en de stad weer voor even tot rust is gekomen, kijkt het BPU met trots terug op de aanloop naar het wielerveest en de Grand Départ zelf.

Cor Jansen, voorzitter Business Peloton Utrecht: 'Het BPU heeft een uniek publiek-private samenwerking tot stand gebracht in het binnenhalen en realiseren van de Grand Départ. Hierdoor zijn we in staat gebleken om in de breedte slimme en nieuwe verbindingen te leggen. Deze teamprestatie maakt dat we ook individueel profijt hebben gehad, maar bovenal kon de stad Utrecht daardoor excelleren. Op dit resultaat zijn we écht trots. Hiermee kunnen we deze verbinding voor de toekomst verstevigen en verder uitbouwen naar een volgende logische stap.'

Het Business Peloton Utrecht heeft zich vanaf het begin hard gemaakt om de economische activatie rondom de Grand Départ op gang te brengen en draagvlak te realiseren. Door een brede verbinding te zoeken tussen overheid en horeca, overheid en bedrijven en tussen bedrijven onderling is de Grand Départ het eerste evenement dat zo in de volle breedte door de stad wordt gedragen en omarmd. Jansen: 'Binnen het BPU hebben we altijd in mogelijkheden in plaats van onmogelijkheden gedacht. De voorpret voorafgaand aan het wielerveest was voor ons belangrijk en is met elkaar geweldig georganiseerd. Dat succes is direct toe te wijzen aan de niet aflatende intensieve samenwerking in de stad. Echt iets om trots op te zijn.'

Succesvol activatieprogramma

Het wielerveest werd voor het grote publiek echt zichtbaar vanaf de 100 dagen countdown. Het BPU pakte dit officiële startmoment met de introductie van haar activatieprogramma, waardoor de economische activatie groots op gang kwam. Een loyaliteitsprogramma speciaal voor de ondernemers met een uiterst succesvolle winactie, de fraaie officiële merchandising was zeer gewild, sportevenementen die zowel groot- en kleinschalig als inhoudelijk interessant waren. En niet te vergeten de Tour Experience Arrangementen tijdens de Grand Départ. Hiermee is het Utrecht gelukt om als team arrangementen op maat te realiseren die zowel voor het grote publiek als voor het bedrijfsleven interessant waren.

Ván, vóór en dóór Utrecht

Nu al blijkt dat de Grand Départ tot nieuwe en inspirerende verbindingen leidt tussen overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen in Utrecht. Nooit eerder hebben deze partijen in de stad zo actief samengewerkt om een blijvende en duurzame herinnering neer te zetten. Jansen: 'De Tour is voor ons geen doel op zich, maar juist een middel om het verhaal van onze stad te verrijken.' Tijdens het WK in 2014 kende Utrecht geen publieksvenues en grote schermen in de stad. Een jaar later tijdens de Grand Départ waren die venues en

grote schermen er wél te vinden. Binnen een jaar is de stad erin geslaagd om een enorme mentale omslag en schaaflap te maken waarvan iedereen profijt gaat hebben tijdens komende voetbal EK's en WK's en de Olympische Spelen. 'Dit event heeft vele Tourwinnaars opgeleverd met een hoog feel good gehalte ván Utrecht, vóór Utrecht en vooral ook dóór Utrecht. Dat is van onschatbare waarde en draagt onomstotelijk bij aan de blijvende legacy voor Utrecht.'

Nieuwe etappekoers

Er liggen dankzij de Tour unieke nieuwe samenwerkingen en prille verbindingen. De komende jaren wil het BPU deze verder verstevigen en uitbouwen. Dit wil zij doen door verbindingen te leggen met aansprekende events en vervolgens deze verbindingen te vertalen naar succesvolle businessconcepten. 'Dit betekent dat we aan de voorkant nóg intensiever met elkaar meedenken, voorbereiden en over de eigen schaduw heen durven stappen,' aldus Jansen. Het BPU maakt zich op voor de volgende ambitieuze etappekoers waaronder het streven om de Vuelta in 2019 naar Utrecht te halen. Maar ook het EK vrouwenvoetbal in 2017 heeft het BPU in het vizier. Hiervoor is volgens Jansen in de breedte draagvlak nodig en moet het bij iedereen 'naar meer smaken'. 'Vanuit de gerealiseerde teamprestatie moet er een logisch moment ontstaan om met elkaar die doorstart te maken. We hebben samen iets heel bijzonders in Utrecht neergezet en meegemaakt. Utrecht heeft met de Grand Départ geëxcelleerd waarop in de toekomst kan worden voortgebouwd. Dit noemen we in mooie termen een blijvende legacy. En dat pakken ze Utrecht niet meer af.' ■

Startende ondernemers: meld je aan voor The Next Entrepreneur!

Om startende ondernemers te ondersteunen en kansen te vergroten, organiseren MKB-Nederland en de Rabobank voor het vierde jaar op rij The Next Entrepreneur. Startende ondernemers zijn belangrijk voor het ondernemerschap en de economie in Nederland. Zij zorgen voor innovatie en vernieuwing en zijn de toekomst van het bedrijfsleven.

Uit ervaring en onderzoek blijkt dat starters een grotere kans van slagen hebben als ze:

- Voldoende kennis hebben van de belangrijkste aspecten van bedrijfsvoering.
- Zich bewust zijn van de meest voorkomende valkuilen.
- Zichzelf voortdurend willen verbeteren.

Kennis gebundeld

The Next Entrepreneur (TNE) is bedoeld om startende ondernemers te inspireren en te ondersteunen op allerlei relevante thema's rondom ondernemerschap. TNE biedt (potentiële) starters inzicht in de belangrijkste ondernemers-thema's, inspirerende praktijkcases en een stevig netwerk dat verder helpt. Daarnaast hebben starters de kans om hun ideeën en ambities te delen met heel Nederland via de The Next Entrepreneur Award, met een hoofdprijs van maar liefst 12.500 euro! Alle relevante kennis over ondernemen van de Rabobank en MKB-Nederland is op dit platform gebundeld om starters verder te helpen. Of zij nu nog moeten beginnen of al een paar jaar aan het ondernemen zijn: The Next Entrepreneur is er voor alle starters met ambitie.

TNE Academy

60 procent van de startende ondernemingen bestaat na vijf jaar niet meer. De TNE Academy helpt starters om bij die 40 procent te horen die wél slaagt. Zij maken kennis met de belangrijkste facetten van ondernemerschap door middel van boostmails met concrete tips waarin elke week een thema wordt behandeld. Ook krijgen starters handige tips op het gebied van onder andere het schrijven van een businessplan, financiering, marketing en fiscale en juridische zaken, waarmee de kans van slagen toeneemt. Nadat starters de belangrijkste thema's van ondernemerschap hebben leren kennen, ontvangen zij een starterscan. Hiermee zien zij precies waar hun kwaliteiten liggen en wat zij nog verder kunnen ontwikkelen om de kans van slagen zo groot mogelijk te maken.

TNE Award

De TNE Award is dé award voor de meest inspirerende en ambitieuze startende ondernemer. Inschrijving voor de TNE Award vormt de eerste stap naar landelijke media-aandacht, een stevig netwerk én de hoofdprijs van maar liefst 12.500 euro.

SUCCESVOL
STARTEN ALS
ONDERNEMER?



THE NEXT
ENTREPRENEUR
2015

TNE ACADEMY

Doe mee aan de TNE Academy en zorg dat jouw onderneming slaagt.

TNE AWARD

Al geriat en ambitieus? Meld je dan aan voor de TNE Award en maak kans op € 12.500,-.

TNE EVENT

Laat je inspireren met praktische workshops en concrete handvaten van experts tijdens het TNE Event!

thenextentrepreneur.nl



TNE Event

Bezoek het TNE Event begin december 2015: het grootste evenement voor startende ondernemers met topsprekers en krachtige workshops rondom alles wat met ondernemen te maken heeft.

Bent u een startende ondernemer of kent u startende ondernemers? Kijk dan op www.thenextentrepreneur.nl en meldt u aan! ■

Hoezo kantonrechtersformule?

Er is al veel over geschreven: vanaf 1 juli 2015 verandert er veel in het arbeidsrecht. Het is onder andere nieuw dat medewerkers recht hebben op een wettelijke transitievergoeding als het dienstverband eindigt in de volgende drie situaties: 1) het tijdelijke dienstverband loopt af en wordt op initiatief van de werkgever niet verlengd, 2) de arbeidsovereenkomst wordt door de werkgever opgezegd met toestemming van het UWV, of 3) de arbeidsovereenkomst wordt op verzoek van de werkgever door de kantonrechter ontbonden. Voor alle drie de situaties geldt dat het dienstverband ten minste 24 maanden moet hebben geduurd. Bij een dienstverband van twee jaar of korter maakt de medewerker dus geen aanspraak op de transitievergoeding.

Dit betekent dat geen recht op de transitievergoeding bestaat als de medewerker zelf de arbeidsovereenkomst op zegt of rechtsgeldig op staande voet is ontslagen. Omdat in de praktijk veel dienstverbanden met wederzijds goedvinden eindigen op basis van een vaststellingsovereenkomst, is van belang dat een medewerker ook in die situatie geen aanspraak maakt op de transitievergoeding. Het is echter wel de verwachting dat de transitievergoeding de nieuwe norm wordt bij de onderhandelingen over een beëindigingsregeling. Indien geen regeling wordt bereikt, heeft de medewerker



mr Laura Kiebert

Van Benthem & Keulen
Advocaten & Notariaat
laurakiebert@vbk.nl

immers een wettelijk recht op de transitievergoeding als het ontslag uiteindelijk via de kantonrechter of via het UWV wordt bewerkstelligd. Dat is alleen anders als een van beide partijen ernstig verwijtbaar is. Alleen dan mag de kantonrechter afwijken van de standaard transitievergoeding. Hiervan zal slechts in uitzonderlijke situaties sprake zijn.

Inmiddels heeft de minister het definitieve besluit gepubliceerd dat raakt

aan de relatie tussen een bestaand sociaal plan en de transitievergoeding. Het besluit beoogt dubbele rechten (namelijk: én sociaal plan én transitievergoeding) voor medewerkers te voorkomen. Uit de regeling blijkt dat op 1 juli 2015 lopende collectieve afspraken met vakbonden (in een cao of sociaal plan) voorgaan op de transitievergoeding. Dat geldt ook als dat voor de medewerker minder gunstig is of als de medewerker niet lid is van een vakbond. Dit overgangsrecht geldt tot 1 juli 2016. Tot dat moment is er gelegenheid om tot nieuwe afspraken te komen. Als dat niet is gedaan, kunnen medewerkers dus na 1 juli 2016 dubbel claimen.

Voor op 1 juli 2015 lopende afspraken die niet met verenigingen van werknemers zijn gemaakt (bijvoorbeeld een sociaal plan overeengekomen met de OR of een individueel overeengekomen ontslagvergoeding), geldt dat de medewerker mag kiezen tussen de aanspraken op grond van de lopende afspraken of de transitievergoeding. De werkgever moet de medewerker over dit keuzerecht informeren. Als de medewerker niet binnen vier weken na de informatieverstrekking schriftelijk een keuze heeft gemaakt, vervalt het recht op de transitievergoeding. ■

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.

RIVERS
MARNEMOENDE

NOORD IJSSELDIJK 107 D, 3402 PG IJSSELSTEIN
TEL. 030 6875390, WWW.RIVERSMARNEMOENDE.NL

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

TRAIN SPOT



JAPANS
Teppan Yaki,
Sushi & Sashimi

CHINEES
Specialiteiten uit
Kanton en Szechuan

oriëntaals restaurant
Juliana 花城
JAPANESE EN CHINESE SPECIALITEITEN

Oriëntaals Restaurant Juliana is de perfecte locatie voor een zakelijke bijeenkomst of diner. Optimaal bereikbaar en met ruime gratis parkeergelegenheid. De serre en het aangrenzende terras bieden een schitterend uitzicht op het Julianapark.

Amsterdamsestraatweg 464 - 3553 EL Utrecht - T 030 - 244 00 32 - www.restaurantjuliana.nl

4



CONFERENTIEHOTEL KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN



www.kontaktdercontinenten.nl - Soesterberg

8



Even tijdloos gaan tijdens een vergadering, feest of diner.



Enghlaan 17 - 3543 BD Utrecht
030 303 92 52 - info@dengh.nl
WWW.DENGH.NL



5

**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

9

WORK | EAT | MEET @

MEETINGCENTER DE MEERN

GRATIS PARKING

FLEXWERKPLEKKEN

8 MULTIFUNCTIONELE VERGADERZALEN TOT 600 PERSONEN

Reserveren via +31 (0)30 666 1779
of meetings-events@autogrill.net



6

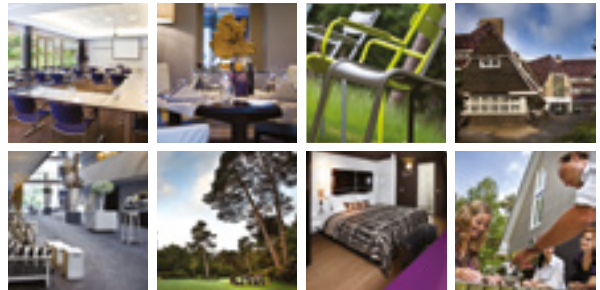
EXPO HOUTEN STAAT VOOR ONDERNEMEN EN PARTNERSHIP

- Centraal gelegen
- Makkelijk bereikbaar
- Gratis wifi
- Exclusiviteit
- Full service concepten
- Zichtlocatie A27
- Eén contactpersoon



www.expohouten.nl

10



Woudschoten

HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudbergseweg 54 T 0343 - 492 492
3707 HX Zeist F 0343 - 492 444

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

7

Oud London
HOTEL RESTAURANT
PROEF DE SFEER!

Vergadering - Training - Congres
Meeting - Evenement - Feest

Ontbijt - Lunch - Diner - Overnachten

GOEDE BEREIKBAARHEID - GRATIS WIFI - GRATIS PARKEREN

Oud London
New Business!

WWW.OULDONDON.NL - ZEIST

11



INSPIRERENDE LOCATIE AAN HET WATER!

Bedrijfsuitje | Restaurant | Watersport | Vergaderen | Beachclub

Down Under Horeca & Recreatie | Ravensewetering 1 | Nieuwegein
030-287 7777 | www.downunder.nl

Op de huid van Remco van Lunteren

'Utrecht lijkt op San Francisco'

Remco van Lunteren nam in mei afscheid van de Provincie Utrecht. Na acht jaar provinciaal bestuur – waarvan vijf als Gedeputeerde Mobiliteit, Economie en Financiën – was de VVD'er toe aan een nieuwe uitdaging. Inmiddels werkt de 37-jarige Van Lunteren in het UMC Utrecht als Director Strategic Alliances. Voor hem voorlopig geen 'Statenpluche' meer.

TEKST MART RIENSTRA FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

Uw afscheid was voor menig een verrassing. Als jonge, succesvolle politicus leek u voorbestemd voor een relevante, landelijke rol. Wat waren uw motieven voor het vertrek?

‘Ik merkte dat mijn toegevoegde waarde aan het afnemen was. Dat had deels te maken met het feit dat ik mijn doelen had bereikt, maar ook met het gevoel, onderdeel te worden van een soort van establishment. Dat is een valkuil waar menig politicus in valt en die ik absoluut wilde voorkomen. Voor mij geen etiket als plucheplakker. Bovendien heb ik nog zoveel andere ambities, wil ik nog zoveel. En nu ben ik nog jong, relatief jong dan.’

Wat hebt u bereikt in uw tijd als gedeputeerde?

‘Waar ik tevreden op terugkijk, is de oprichting en het functioneren van de Economic Board Utrecht (EBU). Het stimuleren van innovatie en samenwerking tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheden levert namelijk economische groei en dus banen op. Dat toont de EBU inmiddels aan. Daarnaast hebben we als provincie met onze ‘Utrechtse aanpak’ bewezen een essentiële rol te spelen bij het terugdringen van de kantorenleegstand. Maar ik ben ook blij met het versnellen van diverse infrastructurele projecten zoals de ontsluiting van Houten en het stationsgebied Driebergen-Zeist.’

Wat wilt u de komende vijf jaar bereiken?

‘Ik geloof niet in plannen. Nadat ik mijn keuze had gemaakt om de provincie te verlaten, wist ik niet wat ik wilde; behalve dan dat ik van baan wilde veranderen. Maar toen ik door het UMC Utrecht werd gevraagd, voelde het al gauw als “thuiskomen”. Wat ik hier doe, is in feite een voortzetting van het gedachtegoed van het EBU; door samen te werken met andere partijen een beter product leveren. Bij het UMC Utrecht draait alles om het creëren van een betere zorg, een prachtig streven. Maar of ik hier over vijf jaar nog werk? Alles hangt af van het gevoel van toegevoegde waarde te zijn.’

Wat is uw levensmotto?

‘Pluk de dag. Denk vooral in kansen en niet in bedreigingen. Dat zeg ik als mens, maar ook als ex-gedeputeerde en ondernemer. Ik heb ervaren dat een positieve houding en geest tot resultaten leidt. Bovendien moeten we ook reëel zijn; zo slecht hebben we het in Nederland en in onze regio niet. Integendeel. Dus stop met klagen.’

Hoe ziet uw ideale zondagmiddag er uit?

‘Dan vlieg ik er graag op uit. Letterlijk dan. Ik heb een internationaal vliegbrevet en ben samen met twintig anderen mede-eigenaar van een 1-motorig toestel. Door dit op tijd te reserveren, kan ik met vrienden of met mijn gezin een vlucht maken. Ik moet dan wel een bestemming hebben, want zomaar een rondvlucht maken boven vliegveld Lelystad vind ik doelloos. Begrijp mij goed, ik vind vliegen geweldig - en vooral ook omdat het alles met vrijheid te maken heeft. Maar zonder reisdoel...’

Wat is uw passie?

‘Ondernemen, ontwikkelen, vooruitgaan. Ik raak gepassioneerd van mensen die wat willen, die ideeën hebben en energie uitstralen. Actie vind ik heerlijk. Als wij als gezin twee dagen aan het strand liggen, ben ik – bij wijze van spreken – in staat de vakantie af te breken. Gelukkig denken wij thuis allemaal zo. Of alles dan vooral zinvol moet zijn? Ja, misschien vind ik dat wel.’

Als u een boek zou willen schrijven, wat is dan het onderwerp?

‘Dat zou ongetwijfeld te maken hebben met het creëren en benutten van kansen. Daar ligt voor ons allen de uitdaging in de komende jaren. Zijn wij in staat om het glas als halfvol te zien of koesteren wij het hallege glas? Volgens mij zijn oplossingen veel boeiender dan problemen. Je bereikt er meer mee, maar het geeft ook meer energie. Daarbij is de juiste denkrichting medebepalend voor het succes. Toen wij geconfronteerd werden met de enorme leegstand in de provincie, zijn we niet gaan denken: hoe

krijgen we al die kantoren weer gevuld, maar: hoe snel kunnen we de kraan dichtdraaien? Dat is niet zozeer creatief, het is vooral praktisch en positief.’

Wat is uw favoriete stad?

‘San Francisco. Een positieve, dynamische en vooral ook: charmante stad. Als je er rondloopt, heb je niet meteen de indruk onderdeel te zijn van een *big city*, terwijl het dat vanzelfsprekend wel is. Zeker ook in termen van economische relevantie. Het lijkt wat dat betreft – maar ook in andere opzichten – op Utrecht. Een provinciestad met de uitstraling en de urgentie van een hoofdstad. Beide steden zijn volledig in balans, hebben een erg aangename *way of life*.’

Welk merk kleding draagt u bij voorkeur?

‘Mijn maatpakken en hemden koop ik altijd bij New Tailor in Utrecht. Prima jongens met een prima product en vooral een uitstekende service. Vooral dat laatste argument is voor mij het meest beslissend. Zij leveren toegevoegde waarde, op elk niveau. Neem de inrichting van de winkel, een nostalgische ambiance vol sfeer en sentiment: geweldig! Bovendien zijn het jonge kerels met een enorme drive en ondernemerszin. Ook zij zien volgens mij overal kansen – en benutten ze.’

Waar bent u onlangs van geschrokken?

‘Het is al even geleden, maar de vlieg-ramp met de MH17 in de Oekraïne brandt nog steeds op mijn netvlies. De impact en massaliteit van deze menselijke tragedie vond ik weerzinwekkend. Het legt ook de nietigheid van ons bestaan bloot. Je kunt dromen hebben en overal kansen zien, morgen stap je in een vliegtuig om op vakantie te gaan en is het voorbij. Toch zorgt juist dat besef ervoor dat ik de dag wil plukken, dat ik vooral naar het positieve kijk, naar de mogelijkheden en niet naar de obstakels. Die kom je in het leven toch wel tegen.’ ■

Utrechtse horecaondernemers openen nieuwe restaurants

'We houden ervan om iets te creëren'

Utrecht is als horecastad volop in beweging. Nieuwe bars en restaurants zorgen voor een steeds gevarieerder aanbod. Goed voorbeeld is de Drieharingstraat. Een aantal jaren geleden een weinig aantrekkelijke plek, nu de culinaire *place to be* van de Domstad. Dat is voor een belangrijk deel de verdienste van Oscar de Goede en Sander van der Meijden. Met steun van de Rabobank investeren de ondernemers in de dynamiek en leefbaarheid van de stad.

Horecaondernemers Oscar de Goede en Sander van der Meijden zijn al zo'n acht jaar samen in zaken. Hun eerste collectieve project was De Rechtbank in het voormalige Utrechtse kantongerecht. Dit omvangrijke bedrijf met onder meer een restaurant, brasserie en hotel werd van scratch af aan ontwikkeld en succesvol uitgebouwd.

Dichtgetimmerd

In 2011 openden beide ondernemers het eerste van hun inmiddels vier restaurants in de Drieharingstraat in het hart van Utrecht, tussen Oudegracht en Vredenburg. De Goede: 'Toen wij startten met De Markt kende de straat door het vertrek van detailhandel veel leegstand. Een aantal panden was dichtgetimmerd.' Aanvankelijk waren de reeds gevestigde restaurants niet blij met de komst van een concurrent. Dat bleek mee te vallen. 'De straat is nu een stuk levendiger en trekt veel meer publiek,' zegt Van der Meijden. 'Alle restaurants profiteren hiervan. We promoten de straat zelfs met een gezamenlijke site.'

Kapers op de kust

De Markt bleek een schot in de roos. 'Uitbreiding was niet mogelijk,' aldus

De Goede. 'Vandaar dat we in het buurpand zijn gestart met Naast De Markt.' Om zich te concentreren op de activiteiten in de Drieharingstraat hadden beide ondernemers De Rechtbank inmiddels verkocht. 'Het pand ter rechterzijde van De Markt stond al jaren te koop. Na lang wikken en wegen besloten we ook hier een restaurant te starten: Raak!' Net op tijd, zo bleek. 'Er waren meer kapers op de kust voor de locatie.' Het vierde bedrijf in de Drieharingstraat opende vorig jaar de deuren: Vintage, een tapasrestaurant in het voormalige Winterhuis.

Sporen verdiend

Van der Meijden en De Goede bankieren bij Rabobank Utrecht. 'In de afgelopen periode hebben zij elk jaar een nieuw restaurant geopend,' zegt accountmanager Patrick Eversen. 'Als lokale coöperatieve bank voelen we ons nauw betrokken bij de leefbaarheid en de ondernemersdynamiek in de stad en steunen we dat soort initiatieven dus graag. Meestal ging het om panden waar voorheen geen horeca gevestigd was. Anders dan bij een overname zijn er dan geen historische cijfers die je als bank kunt gebruiken om

de financiering te beoordelen. Maar ook bij een bestaande horecalocatie die een nieuwe formule krijgt, zeggen cijfers van een vorige eigenaar weinig. Het gaat dus vooral om het vermogen van Oscar en Sander om concepten in de markt te zetten. En daarmee hebben zij hun sporen ruimschoots verdiend.'

Prima mix

Bij Rabobank Utrecht wordt Patrick Eversen ondersteund door Anne Marije van den Broek als interne accountmanager. 'Natuurlijk toetsen we aanvragen aan de bij de bank aanwezige branchekennis,' zegt zij. 'Maar uiteindelijk geeft het ondernemerschap de doorslag.' Belangrijk daarbij is dat Van der Meijden en De Goede elkaar goed aanvullen. Oscar de Goede: 'Sander houdt zich vooral bezig met de keuken; inkoop, gerechten, routing. Mijn focus ligt op de voorkant, op financiële zaken en de overall bedrijfsvoering. Ook qua persoonlijkheid zijn we complementair. Sander is sociaal; ik ben zakelijk, kan soms wat harder zijn. Samen is dat een prima mix.'

Beelddenkers

Waar komen de ideeën voor nieuwe concepten vandaan? 'We laten ons inspireren door wat we zien in andere steden en in het buitenland,' zegt Van der Meijden. 'Vaak gaat het om dingen die we zelf leuk of lekker vinden. Maar ook ontwikkelingen buiten de horeca spelen een rol.' Het is een continu proces, stelt De Goede. 'De radertjes in ons hoofd zijn constant in beweging, bewust en onbewust. Langzamerhand wordt een idee steeds concreter. Belangrijk daarbij is dat we allebei beelddenkers zijn. We zien een nieuwe zaak al voor ons, lopen

Oscar de Goede, Anne Marije van den Broek,
Patrick Eversen en Sander van der Meijden.



SCHERP BLIJVEN

Utrecht is een dynamische horecastad.

De Goede: 'De laatste jaren zijn er veel aantrekkelijke nieuwe concepten bijgekomen. Grote maar vooral ook kleine zaken, vaak van jonge ondernemers. Dat houdt ons scherp en triggert om het nog beter te doen.'

Utrecht is een studentenstad met veel jong publiek. 'Het prijsniveau luistert erg nauw,' weet Van der Meijden. 'Dat botst wel eens met de toenemende voorkeur voor biologische producten. Een prima ontwikkeling, maar biologische ingrediënten zijn nu eenmaal duurder. Jammer genoeg zijn niet alle gasten bereid om hiervoor te betalen.'

er in gedachten doorheen als deze nog niet bestaat. Dat helpt bij de uiteindelijke realisatie.' Ook organisatorische aspecten

krijgen veel aandacht. 'Hoe past een uitbreiding in de bedrijfsstructuur, welke personen gaan er samen met ons de kar trekken? Dergelijke zaken moeten vooraf duidelijk zijn.'

Ziel en zaligheid

Na de opening zijn Van der Meijden en De Goede intensief betrokken bij een nieuw concept. 'We leggen er onze ziel en zaligheid in. In het begin draaien we mee in de keuken en de bediening. Want alleen dan ervaar je echt hoe het loopt, wat goed gaat en waar eventueel bijgestuurd moet worden. Als een concept eenmaal staat, nemen we meer afstand en laten het over aan onze medewerkers.' Die zijn vrijwel altijd in de eigen restaurants opgeleid. Van der Meijden: 'Zij kennen onze aanpak, onze filosofie. Mensen werken hier vaak lang. Omdat we meerdere bedrijven hebben, zijn er veel doorgroeimogelijkheden.'

Op de rem

Rabobank is een gewaardeerde partner voor beide ondernemers. 'Over en weer

is er veel vertrouwen. Patrick en zijn collega's begrijpen hoe wij werken. Ook het feit dat zij de stad op hun duimpje kennen, is een voordeel. We hoeven niet uit te leggen waar de Drieharingstraat ligt,' lacht De Goede. Af en toe is er een gezond spanningsveld. 'Ik wil nog wel eens te snel gaan en direct doorpakken. Patrick is voorzichtiger, trapt soms op de rem. Dat is voor mij meestal reden om nog een keer goed na te denken.'

Tweede natuur

De snelle expansie van de afgelopen jaren was geen bewuste keuze. 'Dat ging eigenlijk vanzelf,' zegt Van der Meijden. 'Het is niet onze ambitie om dag en nacht te werken. Oscar en ik hebben allebei jonge kinderen; daar willen we genoeg tijd voor hebben.' Maar creativiteit en ondernemerschap laten zich niet beperken. De Goede: 'We houden ervan om iets te creëren. Daarover nadenken is een tweede natuur. Vroeg of laat levert dat toch weer een nieuw concept op.' ■

Om de verbinding met het mkb verder te versterken, ontwikkelde FC Utrecht een nieuw hospitalityconcept: de 't Wed & Waard Lounge. 'Hiermee bieden wij een duidelijker service tegen een betere prijs en meer flexibiliteit qua catering, maar vooral een gezellige wedstrijddaglocatie,' zegt Vincent Imhof, salesmanager van FC Utrecht Business. 'Samen met de informele, gastvrije entourage maakt dit Stadion Galgenwaard volgend seizoen weer tot dé ontmoetingsplek voor regionale ondernemers.'



Jos Nijhoff (eigenaar van JSN Security Services) schudt Vincent Imhof (salesmanager FC Utrecht) de hand na het uitzoeken van zijn VIP-seats in Stadion Galgenwaard.

't Wed & Waard Lounge in Stadion Galgenwaard

Nieuw hospitalityconcept voor het mkb

Uit feedback van leden en prospects bleek dat de faciliteiten en de prijsstelling van de business seats bij FC Utrecht niet goed aansloten op de actuele wensen van het mkb. 'De business seats werden voorgaande seizoenen aangeboden in drie verschillende segmenten, elk met eigen faciliteiten en een *all inclusive* cateringconcept. Hierdoor was het voor veel mensen onduidelijk welke faciliteiten zij hadden en of het prijskaartje hiermee overeenkwam,' aldus Imhof. 'De segmenten leverden verwarring op en voor lang niet iedereen was deze catering een must. Daarom zijn drank en eten in de 't Wed & Waard Lounge uit het arrangement gehaald en heeft iedereen dezelfde faciliteiten. Onze gasten zijn volledig vrij in het invullen van hun catering op wedstrijddagen en betalen niet voor iets waar ze amper gebruik van maken. Overigens: de ouderwetse voetbal-snack na de wedstrijd is wel inclusief.'

Utrechtse producten

Ook de entourage verandert. De ruimtes op de tweede verdieping van Stadion Galgenwaard krijgen een toegankelijke, gastvrije aankleding. De aanduiding 't Wed in de naam van de nieuwe lounge verwijst niet voor niets naar één van de meest historische en gezellige straten vlakbij de Domtoren. 'En onze band met de

stad en regio komt ook tot uitdrukking in het culinaire aanbod. Echte Utrechtse producten en concepten spelen een prominente rol. Regionaal geleverd, eerlijk geproduceerd en vers bereid door lokale horecamerken.'

Ons kent ons-gevoel

De 't Wed & Waard Lounge wordt een informele ontmoetingsplaats waar ondernemers en relaties elkaar voor en na de thuiswedstrijden van FC Utrecht treffen. 'Met onder andere de aanwezigheid van spelers en bestuur en het verloten van bijvoorbeeld shirts wordt het weer een gezellige informele ruimte. Natuurlijk wordt er ook gepraat over zaken, maar het is vooral een plek waar het ons kent ons-gevoel terugkomt,' benadrukt Imhof. De leden zijn nauw betrokken bij de totstandkoming van de 't Wed & Waard Lounge. 'Een aantal van hen heeft meegedacht bij de ontwikkeling van het concept. Een goede zaak; het draait immers om onze leden. Zij moeten zich thuis voelen in de nieuwe lounge. Wij staan daarom altijd open voor aanvullende suggesties van enthousiaste ondernemers.'

Positieve reacties

Het concept van de 't Wed & Waard Lounge is goed ontvangen. 'We krijgen positieve reacties

UW FACILITEITEN

- 17 thuiswedstrijden in de Eredivisie
- VIP-ontvangst
- Eén parkeerplaats per twee business seats
- Toegang tot het hoofdgebouw
- Snacks na de wedstrijd
- Een event per seizoen voor de hele familie
- Elke wedstrijd entertainment

€ 1.850 per persoon per seizoen

op de introductie. De aantrekkelijke prijsstelling en de mogelijkheid om de cateringafname zelf te kunnen bepalen, spreken aan, evenals de "Utrekse" gezelligheid die terugkomt in de lounges.' Het regionale mkb is belangrijk voor de club. 'Met de nieuwe lounge wil FC Utrecht de band met deze doelgroep verder versterken. Wij kijken ernaar uit om komend seizoen veel ondernemers in Stadion Galgenwaard te kunnen begroeten.' ■

Neem voor meer informatie contact op met FC Utrecht Business via Vincent.imhof@fcutrecht-business.nl of 030-8885582.

Casio XJ-V1:

Betrouwbare laser-ledprojector voor een betaalbare prijs

Casio introduceert een duurzame en betrouwbare nieuwe led-laserprojector: de XJ-V1. Net als de andere projectoren van de Japanse fabrikant maakt ook deze projector geen gebruik van kwiklampen, waardoor hij langer meegaat en zuiniger is in het gebruik. Maar het meest bijzondere aan de XJ-V1 is misschien nog wel het prijskaartje. Met een adviesprijs van 539 euro (exclusief btw) is de laser-ledprojector plotseling ook aantrekkelijk voor ondernemingen met een lager budget, die normaal gesproken op een lampprojector aangewezen zijn. De XJ-V1 is verkrijgbaar bij de verschillende dealers.

Sinds 2010 ontwikkelt Casio geen projectoren meer waarin kwiklampen zijn verwerkt. Daarmee loopt het bedrijf vooruit op de inwerkingtreding van het Minamata-verdrag, waarin verschillende landen – waaronder Nederland – overeenkwamen het gebruik van kwik terug te dringen. Ook de nieuwe XJ-V1 maakt gebruik van de kwikvrije laser-ledtechnologie: milieuvriendelijk én goed voor de portemonnee.

Betrouwbaar

Waar de lamp van lampprojectoren al na zo'n vijf- tot zeshonderd uur een verminderde lichtopbrengst laat zien, heeft de lichtbron van de XJ-V1 een verwachte levensduur van 20.000 uur. Omdat laser-led ook nog eens minder energie verbruikt dan de ouderwetse kwiklamp, is de XJ-V1 een prima en duurzaam alternatief voor standaard lampprojectoren. Vooral op de middellange tot langere termijn is de zogenoemde total cost of ownership een stuk lager dan die van projectoren met kwiklampen.

Uitstekende prestaties

Behalve op het gebied van duurzaamheid en energieverbruik, biedt de laser-ledtechnologie ook voordelen in het dagelijks gebruik. De prestaties van de XJ-V1 zijn van een niveau dat je van een hoogwaardig apparaat mag verwachten, ondanks zijn toegankelijke prijs. Zo produceert de projector een helderheid van maar liefst 2.700 lumen. De XJ-V1 heeft verder een beeldresolutie (XGA) van

De Casio XJ-V1 heeft een adviesprijs van 539 euro



1024×768, een full-color kleurreproductie van 10,7 miljard kleuren en een contrastratio van 20000:1.

Verder zorgt de laser-ledtechnologie ervoor dat de projector een minimale opstarttijd heeft: binnen vijf seconden na het aanzetten is de XJ-V1 klaar voor gebruik. Ook wanneer je de projector uitschakelt en direct weer aanzet. Ideaal voor mensen die na het uitschakelen toch nog een bepaalde slide willen tonen.

Eenvoudig in gebruik

De Casio XJ-V1 heeft een simpel design dat hem visueel aantrekkelijk maakt. De ronde vormen geven het apparaat een moderne en minimalistische uitstraling. Daarnaast is de led-laserprojector zeer compact, met zijn afmetingen van 269,5 bij 269,5 millimeter is de XJ-V1 slechts iets groter dan een A4'tje.

Door zijn ontwerp is de XJ-V1 bovendien zeer intuïtief in het gebruik; een handleiding is eigenlijk niet nodig. De projector heeft twee ingangen: een voor hdmi en de andere voor een vga-kabel. Nadat deze zijn aangesloten, hoeft de gebruiker hem alleen maar aan te zetten en de input te selecteren. Na aanschaf is de projector dus direct te gebruiken, zonder lastige en tijdrovende installatieprocessen.

Een bijkomend voordeel van de XJ-V1 is dat de behuizing is ontworpen om de laser-ledlichtbron stofvrij te houden. De projector heeft daarom geen stoffilter dat om de zoveel tijd vervangen moet worden.

Ga voor meer informatie over de Casio XJ-V1 naar www.casio-projectors.eu/nl/products/xjv1. ■

Toegepaste games zijn met een veelbelovende opmars bezig. Bijna de helft van de 330 Nederlandse gamebedrijven houdt zich bezig met het ontwikkelen van spellen met een serieuze inslag, waaronder een behoorlijk aantal in Utrecht. Om dit verder aan te jagen, werken overheden, bedrijven en kennisinstellingen nu samen in Growing Games; een landelijk programma met het centrum in Utrecht.



Growing Games

Kansen voor Utrechtse gamesindustrie verzilveren

De jonge gamesindustrie verpopt zich van louter entertainmentproducent tot leverancier van simulaties, gedragsbeïnvloedende programma's en vormen van virtual reality aan grote bedrijven en maatschappelijke organisaties. Door hun beeld- en spelelement leveren applied games een bijdrage aan behandelingen, therapieën en trainingen die fundamenteel anders is dan traditionele methoden. Gebruik maken van games kan lesmateriaal immens verrijken. Voorbeelden? QLVR uit Utrecht en het eveneens Utrechtse Monkeybizniz dat een spel maakte voor jongeren waarvan een dierbare is overleden. Andere toegepaste games zijn gericht op de begeleiding van diabetes- en parkinsonpatiënten en jongeren met ADHD.

Geestelijke lenigheid

Leger, zorginstellingen en luchtvaartmaatschappijen maken al dankbaar gebruik van games. Crisissituaties zijn digitaal bijvoorbeeld goed na te bootsen. Ziekenhuizen maken chirurgen in opleiding crisisbestendiger door hen virtueel complicaties bij operaties te laten ervaren. Kolonel Wifred Rietdijk van de Landmacht, die al voor honderden miljoenen euro aan games heeft laten ontwikkelen, spreekt over 'geestelijke lenigheid'. Bovendien zijn games tegenwoordig overal. Dat maakt toegepaste spellen op veel terreinen inzetbaar.

11,7 miljard

Uit mondiale cijfers voor de applied gamemarkt blijkt dat de sector een grote

groei doormaakt: in 2010 bedroeg het wereldwijde volume van de applied gamesindustrie 1,5 miljard euro. In 2014 was dit al gegroeid naar 4,5 miljard en de verwachting is dat het in 2018 om ruim 11,7 miljard euro gaat. Ondanks de groeiende markt en de aanwezige potentie kan Nederland nog niet echt profiteren van deze groei. Nog geen 10 procent van de Nederlandse spellen bereikt de internationale markt, zo bleek uit de Gamesmonitor 2012, het eerste brede onderzoek naar de Nederlandse gamesindustrie. Gamebedrijven laten het product na succesvolle oplevering achter bij hun opdrachtgevers, maar implementatie blijft te vaak achterwege. En dan de opschaling; hoe zorg je dat een zorggame niet alleen bij die eerste

afnemende zorginstelling wordt gebruikt maar ook in vergelijkbare zorginstellingen in Nederland, of daarbuiten? Een oplossing is om games op eenzelfde manier te produceren als tv-formats. Die worden eerst bij één zender uitgeprobeerd en daarna verkocht als generiek product (zoals The Voice of Holland), met maatwerk voor elk land. Zo'n stap is voor gameontwikkelaars uiteraard niet vanzelfsprekend.

Kraamkamer

Om Nederlandse en dus ook Utrechtse applied gamebedrijven te ondersteunen bij de genoemde vraagstukken, werken meer dan 25 partners samen onder de noemer 'Growing Games', een programma geïnitieerd door het Utrechtse initiatief Dutch Game Garden, Economic Board Utrecht, Dutch Games Association en iMMovator. De partners, waaronder de Kamer van Koophandel, TNO, HKU, KPMG, Hogeschool Utrecht, Landmacht Training Centrum in Amersfoort en Universiteit Utrecht, willen het ontstaan van bedrijven die zorgen voor extra werkgelegenheid, stimuleren. Ook willen ze betere toegang van Nederlandse gamestudio's tot de internationale markt en sterkere samenwerking. De rol van penvoerder in het programma ligt bij Dutch Game Garden, de Utrechtse 'kraamkamer' voor nieuwe gamebedrijven met vestigingen in Hilversum en Breda. Dutch Game Garden en Economic Board Utrecht hebben er bewust voor gekozen om Growing Games landelijk te maken. Bij succes zal Utrecht bovengemiddeld profiteren.

Omzet en werkgelegenheid

Het belangrijkste doel van Growing Games is het vergroten van omzet en werkgelegenheid in de applied game-sector. De sector groeit uiteraard ook autonoom, maar de partners willen die groei maximaliseren en versnellen door de sector (nog) dichter bij potentiële afzetmarkten en groeikapitaal te brengen. Daartoe zijn zes deelprojecten opgezet, waaronder Cure & Care, Teaching & Training en Safety & Security, met als doel het vergroten van de afzetmarkt binnen respectievelijk zorg, educatie en

veiligheid. Daarnaast lopen de projecten Opschaling, Talentontwikkeling en Onderzoek & Innovatie als rode draad door het programma. Zo zijn er gratis masterclasses over verschillende financierings- en exploitatiemogelijkheden, toegesned op de sector. Er worden ook tenders uitgeschreven voor nieuw te ontwikkelen games in nauwe samenwerking met Growing Games-partners en er vindt matchmaking plaats tussen gamebedrijven en opdrachtgevers uit cross-oversectoren.

Medicijn van de Eeuw

Winnaars van de twee eerste tenders zijn de Stichting Moodbot, een consortium van onder andere HKU en Gainplay uit Utrecht en het eveneens Utrechtse Fourcelabs dat met 'Medicijn van de Eeuw', aanvankelijk ontwikkeld met het Universiteitsmuseum Utrecht, een educatieve game doorontwikkeld voor groep 7 en 8 in heel Nederland. Daarnaast zijn betaalbare huisvesting en incubatorfaciliteiten onderdeel van het programma, waarin Dutch Game Garden een belangrijke rol speelt. TNO, HKU en DGG ontwikkelen samen een soort keurmerk voor toegepaste games, een wetenschappelijk bewijs dat zeer belangrijk is voor de export van deze games.

Stroom opdrachten

Ook op het gebied van matchmaking werken de partners samen met gamebedrijven aan trainingsconcepten voor politie en luchtmacht, waardoor een nieuwe stroom aan opdrachten voor gamebedrijven ontstaat: dit betekent meer omzet en meer werkgelegenheid. Verder vindt voorlichting plaats richting buitenlandse bedrijven. De Nederlandse brancheorganisatie heeft onlangs uitpakket met een nieuw platform voor uitwisseling van kennis en internationale representatie van de sector.

Polsbreuken

Vlak voor de zomer starten coachings-trajecten verzorgt door gameprofessionals en wordt de winnaar bekend van de derde tender; een game waarmee de revalidatie van polsbreuken versneld en verbeterd moet worden. In het najaar verzorgt Growing Games weer een aantal masterclasses tijdens de jaarlijkse Control Conference in Tivoli-Vredenburg te Utrecht. Daar wordt de nieuwe editie van de Games Monitor gepresenteerd waarin teruggeblikt wordt op de gerealiseerde groei van de sector tussen 2012 en 2015. ■

Meer weten? www.growinggames.nl



Cabane, het centrum in Utrecht voor leven met kanker, wil geen charitatieve instelling meer zijn maar een sociale onderneming. De Slinger Utrecht hielp met een brainstorm de koers uit te zetten. Inmiddels is er een ondernemingsplan en gaat Cabane de markt op. Onlangs was de eerste netwerkbijeenkomst 'Werk en kanker' voor directeuren, managers, HR-adviseurs en arbocoördinatoren. 'We zijn echt aan het ondernemen.'



Stichting Cabane maakt omslag naar sociale onderneming

'We zijn echt aan het ondernemen'

TEKST EN FOTOGRAFIE ARNOUD CORNELISSEN

Marleen van de Wouw, directeur van Cabane, staat af en toe zelf nog wat verbaasd te kijken van wat allemaal in korte tijd tot stand is gebracht. Al valt nog veel werk te verzetten, de koers en doelen zijn duidelijk. Dankzij de adviezen van Pieter Peelen van Nononsancy en Sanne van Soelen van Achmea in eerste instantie, en van twee consultants van PWC bij de verdere uitwerking van de plannen. 'Deze twee consultants hebben drie maanden voor ons gewerkt. Met hen hebben we een maatschappelijke businesscase en een ondernemingsplan geschreven. Daarin staat hoe we onze kracht en doelstellingen combineren met zelf geld verdienen. Want ons verlangen blijft toch een open huis voor Utrecht te blijven faciliteren. Het kan niet zijn dat er in Utrecht geen plek zou zijn voor mensen met kanker. Daar verbind ik mij persoonlijk aan. We gaan activiteiten ontplooiën om dat mogelijk te maken,' aldus Marleen van de Wouw.

Kenniscentrum

Een van de nieuwe bronnen van inkomsten is 'Cabane werkt'; een kenniscentrum over kanker en arbeidsre-integratie. Cabane werkt is er zowel voor werkgevers, werknemers als kleine

ondernemers. 'Wij bieden hoogwaardige kennis op het gebied van ziekteverzuim en re-integratie, toegespitst op mensen die kanker hebben. Ondernemingen kunnen voor werknemers een abonnement afsluiten. De werknemer kan dan alvast bij ons komen revitaliseren zodat de re-integratie sneller kan verlopen. Want iedere maand dat iemand eerder aan het werk is, is alleen maar gunstig. Zowel voor de betrokkene zelf als voor de onderneming.' Mensen die een diagnose kanker hebben gekregen of net met de behandelingen zijn gestart, zijn vaak erg in de war. 'Als wij ze dan al binnen hebben, kunnen wij ze begeleiden en hen alvast wat meer lucht bieden. Dan kunnen ze waarschijnlijk al binnen een paar maanden beginnen met de re-integratie.'

Ambitie

Die vroegtijdige begeleiding is volgens Van der Wouw heel noodzakelijk. Slechts 25 procent van de mensen houdt zijn eigen baan en de hoeveelheid uren en het niveau dat hij gewend was. Een kwart wordt na twee jaar alsnog ontslagen, zo blijkt uit de praktijk. 'Op dat vlak hebben wij dus een ambitie. Dat moet beter kunnen. Juist door onze manier van bege-

leiding denken wij dat we ook in het zakelijke van toegevoegde waarde kunnen zijn. Wij werken samen met twee re-integratiebureaus die onder de paraplu van Cabane de begeleiding en re-integratie op zich nemen. Met het geld dat we daarmee verdienen, kunnen we dan hopelijk het centrum open houden.'

Winstgevend

Helemaal zonder steun van derden kan Cabane nog niet. 'We hebben al steun gekregen van twee fondsen. We hopen dat een derde fonds ook steun toezegt zodat we in elk geval een jaar hebben om van "Cabane werkt" een winstgevend bedrijfje te maken. We proberen het maatschappelijk ondernemen overall in te bouwen. Zo gaan we onze ruimtes verhuren op de momenten dat we er zelf geen gebruik van maken. Als je bij ons huurt, weet dan dat je tegelijkertijd ons werk steunt. En we gaan aan de deelnemers meer geld vragen. Want voor niets gaat de zon op. Wederkerigheid geldt ook voor hen.'

Kijk voor een video-interview met Marleen van de Wouw op <https://youtu.be/CiMbbmqLxPo>. ■



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

Gezonder leven; ook op het werk

Wie neemt de handschoen op?

'Nederland is ziek' is een vaak gehoorde kreet waar overheid en bedrijfsleven vanaf willen. Niet alleen met het oog op de levenskwaliteit van werknemers en burgers, ook vanuit financieel oogpunt.

Helaas is het een feit dat 52% van de Nederlandse volwassenen overgewicht heeft en dat er per jaar 70.000 diabeten bijkomen. Uit RIVM-cijfers blijkt dat bijna 75% van de bevolking te weinig groenten eet en bijna 70% te weinig fruit. Ook volkorenproducten worden veel te weinig geconsumeerd, terwijl ons lichaam die hard nodig heeft om gezond te blijven. Volgens het nationaal beweegonderzoek uit 2012 beweegt meer dan 85% van de bevolking onvoldoende. Tel daarbij op dat de werkdruk bijna overal toeneemt, terwijl bekend is dat stress een extreme accelerator is van chronische ziekten en depressie.

Positieve omgeving

Moeten werkgevers hier iets mee of is dit met name een probleem van de medewerkers? Primair heeft natuurlijk de werknemer er baat bij om gezonder te leven. Hij of zij voelt zich fitter, is alerter, voelt zich geestelijk beter, is minder snel gestrest, heeft meer uithoudingsvermogen en spierkracht plus een betere afweer tegen ziekte. Misschien is naast de gezondheid van de medewerkers de verbetering van de werksfeer door de positieve omgeving nog wel de grootste winst voor werkgevers.

Het is echter niet onbelangrijk dat aandacht voor een gezonde leefstijl ook financieel voordeel oplevert. Enkele cijfers over ziekteverzuim:

	voor %	na %	verandering %
Gemiddeld	10.17	5.40	-4.77
Politie	10.61	6.91	-3.70
Chemie	12.48	3.70	-8.78
Bank	7.20	4.00	-3.20

In de TNO enquête Arbeid 2001 wordt gepubliceerd dat verzuim onder non-actieve werknemers 17% hoger ligt dan het verzuim bij actieve werknemers.

Juiste informatie?

Als het gaat om gezondheid en leefstijl wijst iedereen meteen naar de verantwoordelijkheid van het individu. Dat is wat kort door de bocht. Allereerst ontbrak het de afgelopen decennia aan de juiste informatie over een gezonde leefstijl. De gezondheid- en preventierichtlijn op het gebied van bewegen (Schijf van 3) die gegarandeerd en wetenschappelijk onderbouwd een significant gezondheids-

effect tot gevolg heeft, is pas in 2010 door de WHO (World Health Organisation) wereldkundig gemaakt. Veel landen hebben de richtlijn al overgenomen; veel landen echter nog niet, waaronder Nederland.

Rollercoaster

Op het gebied van voeding was het de afgelopen dertig jaar helemaal een rollercoaster. Eerst was vet de boosdoener, toen eiwitten en pas recent is er consensus dat de grote gezondheidsproblemen veroorzaakt wordt door teveel suiker in onze voeding. Kortom, de consument heeft niet de juiste informatie en is zijn hele leven inadequaat geïnformeerd. Daardoor wordt het lastig om de juiste beslissingen nemen. Tevens is een aantal generaties opgevoed met onvoldoende aandacht voor preventie en leefstijl. In hun volwassen leven plukken zij hiervan de negatieve vruchten.

Primaire risicofactor

De overheid heeft zeker een rol, onder andere op gebied van bewustwording maar ook door te stimuleren dat lokale

Als werknemers meer gaan bewegen en gezonder eten, heeft dat veel voordelen:

- daling ongevallen;
- minder ziektekosten;
- toename productiviteit, betere werksfeer;
- reductie rugklachten;
- preventie RSI-klachten;
- gezonder en fitter personeel;
- positief imago en minder personeelsverloop;
- helpt verhoogde bloeddruk, verhoogd cholesterol en diabetes voorkomen;
- verlaagt de kans op complicaties bij het reeds bestaan van deze aandoeningen;
- kan medicijngebruik voor deze aandoeningen verminderen.



Enkele feiten over de nadelen van een ongezonde leefstijl:

- ruim 50% van de volwassenen heeft overgewicht;
- 10% weegt meer dan 15 kilo teveel;
- 23% van de beroepsbevolking heeft last van RSI;
- 215.000 mensen melden zich wel eens ziek vanwege RSI;
- 24.000 mensen sterven aan de gevolgen van roken;
- 13% van de werknemers zit in de Ziektewet vanwege drank;
- ruim 40% van de beroepsbevolking heeft rugklachten;
- aantal Nederlanders die weten dat ze diabetes hebben: 834.100;
- mensen met diabetes bij wie de diagnose nog niet is gesteld: minstens 200.000.

partijen de lead nemen als het gaat om preventie. De omgeving is namelijk sterk bepalend voor het gedrag van mensen. We leven in een obesogene omgeving, met andere woorden: een omgeving die eraan bijdraagt dat we gemakkelijk verkeerde keuzes maken als het gaat om eten. Dat is een probleem, maar daarin schuilt ook een kans. De omgeving is namelijk te beïnvloeden. Dat begint al op school. Als ouders hun kinderen actief en gezond opvoeden maar deze op school de hele dag zitten, ontstaat daar het probleem. Lukt het zowel thuis als op school wel en gaan jongeren werken, dan bestaat de kans dat ze daar de hele dag zitten. Langdurig zitten is een primaire risicofactor voor vroegtijdig sterven, ontwikkeling van chronische ziekten en met name de ontwikkeling van diabetes en overgewicht. Komen mensen uiteindelijk op hun oude dag in de zorg terecht dan worden zij op dit moment nog inactiever dan ze al waren. Zorgmedewerkers zijn opgeleid om alles uit handen te nemen, in de plaats van gebruik te maken van het restvermogen van de cliënten.

Elke schakel belangrijk

Het is dus te gemakkelijk om te stellen dat de verantwoordelijkheid bij het individu

zelf ligt. Heeft men een goede basis meegekregen, is de omgeving stimulerend om actief en gezond te leven, is er aandacht voor actief en gezond leven binnen elk van de zogenaamde ringen (zorg/welzijn, onderwijs, bedrijven, overheid, sport)? Het probleem van inactiviteit en overconsumptie van calorierijke voeding is niet door één partij op te lossen. Elke schakel is belangrijk om een steeds zieker wordende bevolking te stimuleren tot een actievere en gezondere leefstijl.

Knelpunten

Wat kan een bedrijf betekenen voor medewerkers zonder al te bemoeizuchtig te zijn? Allereerst moet de leiding inzien dat hetgeen wat mensen de gehele dag doen, invloed heeft op hoe ze zich voelen en hoe hun gezondheid zich ontwikkelt. Als dat begrip aanwezig is, wordt vaak naar het traditionele bedrijfsfitness gegrepen. De vraag is echter waar de knelpunten liggen. Zit men de hele dag, zijn de stoelen slecht voor de rug, is er onvoldoende licht, biedt de kantine weinig gezonde voeding, stimuleert de routing intern tot bewegen, vindt een stimuleringsbeleid plaats om werknemers doorlopend prikkels te geven om gezonde keuzes te maken?

Visie en beleid

Het antwoord zit hem niet in een activiteit of regeling, maar in visie en beleid. Ziet een ondernemer dat er kansen liggen om mensen gedurende hun werkdag gezonde prikkels mee te geven en wellicht actiever te houden, dan kan met kleine stappen veel bereikt worden. Misschien is actiever meubilair waardoor mensen afwisselend staand en zittend kunnen werken wel een interessante oplossing. Ook kan gestart worden met het initiëren van een lunchwandeling, maar dan wel als onderdeel van een bredere aanpak over een lange periode.

Een gezonder Nederland begint bij een gezonder individu. Hebt u dit artikel uitgelezen, chapeau dat u de tijd genomen hebt. Grijp dan ook de kans aan om zelf een blokje extra te lopen gedurende de dag en wat meer waterrijke in plaats van calorierijke voeding te eten. Kijk vervolgens of u collegae mee kunt krijgen. En of u management en directie kunt stimuleren om te kijken naar mogelijke verbeteringen om zo samen te komen tot een gezondere werkomgeving.

John van Heel

FitCoach.nl en Bewegenismedicijn.nl ■

UIT UIT! UIT UIT! U

GEHEIM VAN DE MIDDELEEUWEN

Museum Catharijneconvent toont deze zomer de mooiste en meest zeldzame laatmiddeleeuwse gewaden uit nationale en internationale verzamelingen. Deze veertig pronkstukken, vaak gemaakt van materialen als goudbrokaat, fluweel, gouddraad en zijde, waren in die tijd kostbaarder dan schilderijen, beelden en gouden of zilveren voorwerpen. Wat opvalt in deze expositie is de hang naar luxe bij kerkelijke leiders; de gewaden waren vooral bedoeld om indruk te maken bij het volk. Zij moesten het hemelse Jeruzalem verbeelden.

Te zien t/m 16 augustus in het Utrechtse Catharijneconvent. www.catharijneconvent.nl



Detail van kazuifel uit Oudewater, Noordelijke Nederlanden, Amsterdam, ca. 1510-1520, Utrecht, Museum Catharijneconvent.



BETER DAN OOIT

Het was voor mij het absolute muzikale hoogtepunt van 2014: het najaarsconcert van de Engelse hiphop-band Lamb in het Amsterdamse Paradiso. Dus nu ze ook in Utrecht komen, geef ik u een dwingend advies: zien! Na ruim vijf jaar afwezigheid keerde het duo Andrew Barlow en Louise Rhodes vorig jaar terug in de studio en op de Bühne. Het gevolg? Een ijzersterk album 'Backspace Unwind' en een nog beter concert. Lamb werd in de jaren negentig bekend als triphopband met sterke invloeden vanuit jazz en jungle. De band ging in 2004 om artistieke redenen uit elkaar. Niet vreemd, omdat beide hoofdpersonen nogal dominante karakters zijn. Maar juist dat aspect maakt het duo – en dus de band – zo knettergoed. Bekendste hits van Lamb zijn 'Gabriel' en 'Gorecki'. Dat laatste nummer schreef zangeres Louise Rhodes na het luisteren van de 3e symfonie van de Poolse componist Henryk Górecki. Ook een aanrader trouwens.

Te zien op 4 september in TivoliVredenburg. www.lamb.com

LEUKSTE EN MEEST ARTISTIEKE

Er is geen ontkomen aan. De Parade is nu eenmaal een absolute must! En laten we blij zijn dat dit kwalitatief ijzersterke – en waanzinnig gezellige – theaterfestival nog altijd ook in Utrecht haar tenten opslaat. Dit jaar voor de 25e keer, dus zijn er een aantal Parade-klassiekers en een jubileumvoorstelling. In totaal staan ruim negentig theater-, dans-, mime- en muziekvoorstellingen op het programma, vaak speciaal voor de Parade gemaakt. Mijn tips? Genio de Groot, Niek Barendsen en Ilse Warringa, Orkater, Carver en Suver Nuver. En natuurlijk is Hendrik-Jan de Stuntman ook present.

Te zien van 17 juli t/m 2 augustus in het Moreelsepark. www.deparade.nl



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

OVERDONDERD DOOR **INTENSE SPEURTOCHT**

Ik zag deze voorstelling ruim een jaar geleden en was overdonderd. Onbekend met het werk van de auteur Sarah Kane was ik vooral nieuwsgierig naar de toon van de productie. Ik wist namelijk dat de schrijfster op jonge leeftijd zelfmoord had gepleegd en dat haar stukken meestal doordrongen waren van seks en geweld; elementen die regisseur Thibaud Delpeut al eerder inspireerden tot het maken van voorstellingen van deze Britse schrijfster (Blasted en 4.48 Psychosis). Maar in alles was Crave anders dan verwacht. Geen geweld, geen seks, maar vooral leegte. Zowel in het decor als het toneelbeeld. Toch was de voorstelling juist 'vol'; vol begeerte, hunkering en zeggingskracht. Vier spelers staan op het toneel, ze praten, maar tegen wie? Tegen elkaar? Er is de suggestie van een gesprek, van een relatie, meer niet. Wat er wel is, is muziek van het Rosa Ensemble. Componist Wilbert Bultman maakte muziek voor een schaduwkwartet van vier musici – naast het kwartet van vier acteurs. De stemmen en stemmingen van de acteurs en de muzikanten vullen elkaar naadloos aan. Juist dat aspect maakt deze productie impactrijk en volstrekt uniek. Het is zonder meer de meest intense speurtocht naar de krochten van de menselijke geest die ik ooit heb gezien. In september tijdelijk op herhaling. Pak die kans!

Te zien van 2 t/m 6 september in de Paardenkathedraal.
www.theaterutrecht.nl



Foto: Roel van Berckelaer



Foto: Anna van Kooij

25 JAAR VIS A VIS

Vis a Vis is Neerlands bekendste outdoortheatergroep. Al 25 jaar maakt het gezelschap visuele spektakelvoorstellingen met een hoge dosis creativiteit, humor en slapstick. Wie kent de succesproducties Silo 8, HART en PicNic niet? De laatste vijf jaar maakt Vis a Vis – om overwegend financiële redenen – uitsluitend producties voor haar eigen locatie aan het Almeerderstrand. Ook EXIT speelt zich daar de komende maanden af. De voorstelling volgt twee broers uit een ambachtelijke slagersfamilie. Ze ontdekken dat ze een hoop rommel en dierenleed kunnen vermijden – en klanten kunnen winnen – door de biefstukjes en andere vleselijke lekkernijen te kweken in hun eigen lab. Hun slimme en snelle Kweekvlees- business is al snel booming. Belangstelling uit het buitenland zet de zaak maar vooral de relatie tussen de broers op scherp. Uiteindelijk scheiden hun wegen. Maar niet zonder veel spektakel... Ook EXIT heeft de kenmerkende Vis a Vis-saus. Voor het decor is deze keer een speciaal park aangelegd, compleet met eigen flora en fauna waaraan de tand des tijds als een razende knaagt.

Te zien t/m 12 juli vlakbij het Almeerderstrand.
www.visavis.nl

ONTSPANNEND, **RELAXT, HOOPGEVEND**

By far the most spectacular festival in Utrecht. En dat niet alleen door de muziek (house, urban, latin, techno), maar misschien nog wel meer door de sfeer. Zelden zo'n ontspannend, relaxt en hoopgevend festival meegemaakt als Ultrasonic. Deels veroorzaakt door de markante locatie aan de Maarsseveenseplassen. Voor iedereen vanaf 18 jaar. Nou ja, iedereen; de line-up van editie 2015 maakt melding van onder andere Deniz Kuyu, Glow in the Dark en La Fuente.

Te zien op 25 juli aan de Maarsseveense Plassen.
www.ultrasonic.nl



Foto: Photo-company.nl



Restaurant De Keuken van Gastmaal

Een assemblage van dorp en stad

Waar vertoeft u het liefst? Bij vrienden die hagelwit linnen over de antieke eettafel draperen en het mooiste porselein uit het mahoniehouten kabinet halen? Of bij vrienden die 'de boel' gezellig maken in een Toscaanse keuken of een ruime wijnkelder? Erik van den Eijnde, de 'cuisinier' van De Keuken van Gastmaal, twijfelt zo nu en dan over het linnen; zijn tafeltjes zijn aangekleed, maar dat zou het restaurant een iets te duur imago kunnen geven. Gewoon zo laten, adviseer ik, onderwijl mijn hersens pijnigend over wat wél veranderd mag worden.

TEKST JASON VAN DE VELTMAETE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

De Peel en de Kempen en de Meierij... Eriks wieg heeft in het Brabantse land gestaan. In Gemert, om precies te zijn. Dat is nog te horen, hoewel hij al zo'n twintig jaar in de Domstad woont. Eriks vader was een ondernemer: verfhhandel, betonrenovatie, glas zetten, enzovoort. In eerste instantie trad Erik in de voetsporen van zijn vader. 'Ik heb in de zaak verkleuren staan mengen, maar ik bleek een beetje kleurenblind te zijn,' vertelt hij vrolijk. 'Bovendien trok de handel mij niet echt. En eigenlijk wilde ik weg uit dat kleine dorp.'

Witte Vrouwen

In Utrecht begon Erik, samen met zijn zus Simone, het traiteur- en cateringbedrijfje Gastmaal en de Tafel. Dat was in 2007. Zijn basisopleiding tot kok had hij in Brabant genoten, maar wat het koken in een restaurantkeuken daadwerkelijk behelst, leerde hij in het Utrechtse Polman's Huis. 'Ik had een strenge leermeester,' memoreert hij. 'Soms zorgde die man voor tranen in mijn ogen, maar daardoor leerde ik het wel.'

Eriks leertraject leidde langs 't Stoute Soldaatje (Nieuwersluis) en een paar andere restaurants in de Utrechtse regio, voordat zijn zus hem op het rechte pad bracht: zij deed hem het voorstel om samen iets op te zetten. Erik: 'Inmiddels hebben we Gastmaal en de Tafel, De Keuken van Gastmaal (oktober 2012) en Gastmaal Café (juli 2014). Alles binnen de wijk Witte Vrouwen. Simone woont daar, maar dat is niet de enige reden: met dit restaurant zit ik bij voorkeur niet in het centrum. Juist het dorpse karakter van deze buurt spreekt mij aan.'

Makelaars zullen u vertellen dat Witte Vrouwen, met een merkwaardige afwisseling van kapitale herenhuizen en kleine woningen, een zeer geliefd stadsdeel is. Terecht. Op loopafstand van de Dom, op fietsafstand van De Uithof, gelegen tussen het Griftpark, de waterlinieforten, de Maliebaan en het Wilhelminapark, trekt de wijk 'yuppen' en studenten. De Biltstraat – met Gastmaal –

was ooit de prestigieuze toegangslaan voor de rijken uit Zeist en omgeving; later werd het een straat die vergeven was van de uitzendbureaus. De laatste jaren is het een gezellige straat geworden met restaurants, eetwinkels, lunchrooms en cafés.

Huiselijk

Erik en Simone waren vertrouwd met deze deels deftige, deels volkse buurt, dus de formule voor Gastmaal stond vanaf het begin vast: een beperkte, doch dynamische kaart die elke week wisselt; biologisch vlees, seizoenproducten, moestuin... Uit de open keuken (midden in het restaurant) komen eenvoudige gerechten waarvoor kwaliteitsproducten gebruikt zijn. De medewerkers in de bediening zijn zichzelf en stralen uit dat zij plezier hebben in hun werk. De tafels zijn voorzien van linnen; dat detoneert prettig met de ruwhouten vloer en de rommelige, huiselijke inrichting. Veel gasten kiezen voor de straatzijde, liefst met een plekje aan het raam, maar mijn voorkeur ging uit naar de achterkant, naar een tafeltje tussen de stellingen en de wijnflessen. Daar genoot ik van de beekridder (een visje dat doet denken aan zalm) met risotto, asperge en beurre blanc. (€ 10,50) De beekridder was op de huid gebakken; de beurre blanc bracht dit gerecht hoog op smaak. Ik dronk er een Riesling uit Rheinhessen bij. Het tussengerecht bestond uit polderhoen dat na een warmtebadje kort gegaard was in de röner. Dit smakelijke gevogelte was voorzien van rabarberchutney, meiknol en postelein. (€ 10,50) Een dikke plak meiknol fungeerde als bedje, de chutney was een tikje overheersend, maar wel lekker. Een Rhônewijn (Du Bout des Doights, pinot noir) verplaatste het polderhoen naar de tuin van een maison de charme.

Slow Food

Eriks vader vindt dat zijn zoon soms iets te hoog op smaak kookt. Dat kan zijn, want



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.

Erik geeft grif toe dat hij graag 'op het randje' balanceert wat betreft de krachtige smaken. Hij is dan ook een liefhebber van de Noordse keuken, waarin fermenteren, inleggen en drogen gebruikelijk zijn. Je kunt, volgens Erik, middels fermenteren ook van spitskool iets bijzonders maken. Hij houdt van het reduceren van smaken, om ze vervolgens luchtig te maken. Geen wonder dat hij lid is van Slow Food Nederland / Slow Food Chefs Alliantie.

Het hoofdgerecht, runderrib-eye met chimichurri, spinazie en pommes fondant, vertoont onmiskenbaar de karakteristieken van dit restaurant: eenvoudig, robuust en 'spinazie-huiselijk'. Maar de laaglandse grazige weiden en boeren-op-klompen kregen 'tegenvuur' van de Patagonische estancia's en gaucho's, via de licht zure, pittige Argentijnse chimichurri. Een goed gerecht. (€ 19,50) Voordat ik met de gaucho's doordraaf: Erik houdt van Nederlandse producten. 'Scheermessen bijvoorbeeld, zijn fantastisch,' verklaart hij enthousiast. 'Onze stranden liggen er vol mee, maar Nederlandse restaurants doen er niets mee. In Barcelona stikt het van de Hollandse scheermessen.'

Gastheer Victor gaat over de wijnen. Overleg met hem is niet onverstandig, aangezien Erik, zoals gezegd, hoog op smaak kookt. De wijnkaart bestaat uit louter Europese wijnen. Terecht, wat mij betreft. De Duitse wijnen komen rechtstreeks uit Trier. Wat missen we nog, in deze zaak? Nou, iets meer zakenmenzen zouden hier niet misstaan. Niet miszitten, uiteraard.

Keuken: 7,5. Ambiance: 8,0. ■

Top Drie 2014-2015

	keuken	ambiance
1. Podium (14/2)	9,0	9,5
2. Karel V (15/1)	9,0	9,0
3. Simple (14/6)	8,5	8,5

In 2014-2015 ook besproken: De Keuken van Gastmaal (15/3), Diner (15/2), Ripassa (14/5), Wilhelminapark (14/4), Beyerick (14/3), Brocante (14/1).

Restaurant De Keuken van Gastmaal
Biltstraat 5, Utrecht
030-2334623



Dick Willems (2Twitit):

'Social media draait om liefde, strategie en content'

Wie een Facebook- Twitter-, LinkedIn- of Instagramaccount heeft, merkt het zelf al: op social media wordt vooral heel veel geschreeuwd. Volgens social media-expert Dick Willems is daardoor het sociale karakter van social media bijna helemaal weg. Met zijn bedrijf 2Twitit gooit hij het over een hele andere boeg. 'Schreeuwen dat jij de beste bent, heeft absoluut niet het gewenste effect. Het gaat erom dat je naar je doelgroep luistert en hen content biedt die zij interessant vinden. Dan komen zij vanzelf naar jou toe.'

'Niemand is nog sociaal, niemand luistert,' zegt Dick Willems. 'Bedrijven gaan daar net zo goed in mee, met als gevolg dat jouw boodschap totaal niet opvalt.' Toch kan social media bij uitstek als marketingmiddel worden ingezet om onder andere de naams- en merkbekendheid

MILJOENENPUBLIEK

Met social media wordt alleen al in Nederland een enorme doelgroep bereikt:

- Facebook 9,4 miljoen gebruikers
- Twitter 2,8 miljoen gebruikers
- Instagram 1,4 miljoen gebruikers
- Youtube 6,8 miljoen gebruikers
- LinkedIn 3,8 miljoen gebruikers

van een bedrijf te verbeteren, nieuwe doelgroepen aan te spreken en zelfs omzet binnen te halen. 'De essentie is dat je met je klanten in contact komt en dat dit contact door jouw klanten als leuk, grappig en plezierig wordt ervaren. In feite moet je de liefde terugbrengen in de communicatie.'

Liefde

Het terugbrengen van die liefde krijg je volgens Willems voor elkaar door te luisteren naar je doelgroep en hen content te bieden die voor hen interessant is. 'Dit betekent dat je moet bepalen welke doelgroep je wilt benaderen en in welke mate deze op social media actief is. Vervolgens zal je die doelgroep moeten analyseren en je verdiepen in de interesses van deze groep mensen. In wat voor belevingswereld zitten zij, wat houdt hen bezig, wat voor zintuiglijke elementen en associaties horen daarbij? Die beleving moet jij met jouw content creëren.'

Willems geeft een aantal voorbeelden. 'Over elk vak valt wel iets interessants te vertellen. Als je een restaurant hebt, heeft roepen dat je gerechten goed smaken geen effect. Je kunt beter tips geven hoe je die ene biefstuk zelf zo lekker mals kan bakken. Een golfbaan kan bijvoorbeeld een golfprofessional die normaal 65 euro per uur kost via social media golftips laten geven. En financiële instellingen zoals banken en pensioenverzekeraars hebben vaak een schat aan informatie op het gebied van geld besparen en het opbouwen van pensioen. Dat is relevante content die mensen graag tot zich nemen, met als gevolg dat jouw doelgroep vanzelf naar jou toekomt.'

De volgende stap is het aangaan van interactie met je volgers. 'Voor het Radboud UMC hebben we via social media naar sponsorlopers voor de vierdaagse gezocht. Mensen die bijvoorbeeld vertelden dat zij aan het oefenen waren, hebben we een gevraagd hoe het training ging en gepolst of zij aan de sponsorloop wilden deelnemen. Op die manier hebben we in twee weken tijd 52 sponsorlopers geworven.'

Contentmarketing

Welk social medium voor een bedrijf geschikt is, is mede afhankelijk van waar de doelgroep van de klant actief is. Willems: 'De gebruikers van Facebook vormen een heterogene groep, maar je kunt heel gericht uitzoeken wie tot jouw doelgroep behoort. Het voordeel van Facebook is dat het heel visueel is, je kunt veel foto's posten. Veel mensen vinden dat aantrekkelijk. Ook kun je op een heel laagdrempelige manier met mensen in contact komen. Door te beginnen met zelf een aantal mensen te volgen, inhoudelijke content te plaatsen die aansluit bij hun interesses – al dan niet gecombineerd met een advertentiecampaignede en een winactie – komen er via hun netwerk vanzelf meer volgers. Een van onze klanten is een grote bakkerijketen die brood aan diverse supermarktketens levert. Zij publiceert op de website en op Facebook een eigen inspiratiemagazine en een wekelijkse blog waarin je kunt lezen wat je bijvoorbeeld allemaal met oud brood kunt doen.' Specifieke 'like-en-win' acties hanteert hij bewust niet. 'Met dat soort acties creëer je geen bekendheid en sympathie voor jouw product of dienst, terwijl je juist wilt dat volgers daar een band mee opbouwen.'

Praat met je klant

Twitter heeft als voordeel dat het een hele snelle en reactieve manier van communiceren is. Dat werkt prettig als je mensen persoonlijk aan wilt spreken. 'Bovendien kan je ook hier heel gericht zoeken op leeftijd en locatie. Zo hebben we voor een keten van wasstraten een leuke actie bedacht. Mensen die via Twitter aangeven in de buurt van een vestiging hun auto te gaan wassen, krijgen vanuit de klant een berichtje. Zij mogen dan een foto insturen en maken zo kans op een gratis wasprogramma.'

Instagram is interessant om een beleving over te brengen omdat het in de basis met foto's werkt. 'Dat is ideaal voor bijvoorbeeld bedrij-

OVER 2TWITIT

2Twitit beheert social media voor diverse bedrijven; van multinationals tot restaurants. Aan de hand van een social mediascan wordt het bedrijf en diens doelgroep geanalyseerd. Vervolgens wordt een social mediastrategie uitgerold die afhankelijk van het bedrijf en diens doelgroep kan bestaan uit een of meerdere social media-accounts waarop regelmatig wordt gepost, al dan niet in combinatie met een advertentiecampaignede, mailings of winacties. Deze accounts worden door 2Twitit beheerd. Ook schrijven zij berichten die na accordering van de klant worden gepost. Reacties van klanten worden indien gewenst ook door 2Twitit beantwoord. Een complete social mediacampaignede start bij € 249,- per maand. Dick Willems is eigenaar van 2Twitit maar doet dit niet alleen. Naast vier contentmanagers en een accountmanager krijgt hij hulp van zijn oom die de boekhouding verzorgt. Ook in de bedrijfscultuur komen de kernwaarden van 2Twitit terug; de pingpongtafel midden in het kantoor zegt genoeg.

ven die zich richten op mode, lifestyle of tuinrichting. Maar ook een bedrijf zoals de SNS bank, dat een eigen museum met oude guldens en andere bijzondere objecten heeft, of een makelaar die weet waar bijzondere huizen staan, kan met foto's hele mooie verhalen vertellen.' LinkedIn is perfect om op zakelijk vlak met mensen in contact te komen, mede omdat je door de advanced search-optie heel makkelijk kunt zoeken naar bepaalde mensen en branches of naar bedrijven van een bepaalde omvang. En hoewel Youtube strikt genomen niet onder social media valt, noemt Willems ook dit kanaal. 'Bewegend beeld doet het goed; Youtube is niet voor niets de nummer 2 zoekmachine in de wereld.'

Webcare

Naast gewilde aandacht komt het helaas ook voor dat een product of dienst niet positief wordt ontvangen. Social media wordt dan al snel als katapult gebruikt om die boodschap te verspreiden. 'Voor een van onze klanten waarbij dit gebeurde, hebben we namens dit bedrijf gereageerd op elke klacht die via social media werd verspreid. Dat is arbeidsintensief maar wel heel belangrijk. 70% van de klachten wordt namelijk al opgelost door erkenning van de klacht.' Een ander aspect is het menselijke karakter van social media. 'Als je met bepaalde mensen weinig contact hebt, verlies je ze op den duur uit het oog. Dat geldt ook voor social media. Je moet je volgers blijven voeden met informatie en laten zien dat je er bent. Zelf geef ik als advies om minstens drie tot vier keer per week iets te posten op elk social mediakanaal dat je als bedrijf gebruikt.' Willems is ervan overtuigd dat elk bedrijf wiens doelgroep op social media actief is, met deze kanalen aan de slag kan. 'Elk vakgebied en elke branche heeft informatie die interessant is voor hun doelgroep. Het is de kunst om die informatie op de juiste manier te presenteren. Social media draait om liefde, strategie en content.' ■

ACTIE

Maak kans op een social media campagne t.w.v. € 499,-

Wilt u kans maken op een complete social media campagne bij 2Twitit? Stuur een e-mail met gegevens en social media accounts naar dick@2twitit.nl en wie weet wordt u de gelukkige winnaar!

Groen, zuinig en sportief voor elk wat wils

De Green & Fun autotestdag van Utrecht Business gaf ondernemers de gelegenheid om kennis te maken met een selectie zuinige en sportieve auto's. Op een overwegend zonnige dag werden de testrijders gastvrij ontvangen in het Postillion Hotel Utrecht Bunnik. De route voerde via tussenstops bij Marnemoende, DENGH en Het Nieuwe Kantoor Utrecht weer terug naar het hotel langs de A12. Daar kregen de rijders en dealervertegenwoordigers een diner aangeboden en was ruim gelegenheid om ervaringen uit te wisselen. FOTOGRAFIE [MARCEL KRIJGSMAN](#)



DEALERS

- Jaap Dwarshuis en Thijs Plaisier
Arval
- Dennis Heeres en Bas Schouten
Ford Store Utrecht
- Ewoud van Dam en Christiaan Bakker
Nefkens Midden
- Linda van Dijk
Porsche Centrum Leusden
- Rainier Vos
Van der Kooij Sportscars





DEELNEMERS

- Edo Boonstra, Green Badger
- Bert Bouman, System Care ICT
- Jeroen Cavalje, Reprotex
- Henk Folkers, Folkers Advocaten
- Thijs Fonville, GVG Utrecht
- Joost van Glabbeek, Haer Searts
- Rop Haak, HaakKranen Ontwerpers
- Eric Janssen, System Care ICT
- Gerold Kroon, Folkers Advocaten
- Annemieke Lankhaar, A.Graphique
- Marjolein de Leeuw, De Leeuw
Communicatie & Organisatie
- John Meijer, JUPE Software
- Mathijs Pondes, Poort Mulder Assurantiën
- Luuk van Ravenhorst, Poort Mulder
Assurantiën
- Roy Sijgers, Green Badger
- Jacqueline Vaessen, Papillon Advies

LOCATIES

- Postillion Hotel Utrecht Bunnik
- Het Nieuwe Kantoor Utrecht
- DENGH
- Marnemoende



De nieuwe **Ford Mondeo**
"Zakendoen wordt nu écht leuk"

20% bijtelling

Wist u dat u zakelijk al een ford rijdt vanaf 7% bijtelling?
Kijk op schakelautogroep.nl voor ons aanbod

Wijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en verkoopvoorwaarden ford.nl.



FORD UTRECHT
schakelautogroep.nl

Met vestigingen in De Meern, Ford Store Utrecht, Woerden
Nieuwegein, Schoonhoven, Krimpen a/d IJssel en Schiedam

Leidsche Rijn
Landzicht 12 - 030 291 11 11
Nieuwegein
Graaf Florisweg 2 - 030 600 64 64
Nieuw Overvecht
Hudsondreef 7 - 030 261 95 80
Woerden
Wagenmakersweg 1 - 0348 496060

Magazine.nl
Office



Check de Office Magazine.nl E-Paper app
voor je tablet en smartphone op:

www.officemagazine.nl

**WE
REDDEN
KINDERLEVENS**

 **Doneer nu!** Bel 0800-1747.

 **Save the Children**

Bedrijfszorg op topsportniveau
Vitale werknemers, minder verzuim

*'Medicort biedt niet alleen topzorg voor
onze werknemers maar denkt ook mee
om de dienstverlening te optimaliseren
naar de maat van Pon.'*

- Rik-Jan Modderkolk, Pon Fit Manager -


MEDICORT
specialisten in fysiotherapie

www.medicort.nl 088 - 70 80 800



'Je moet in de ST echt autorijden, werken achter het stuur.'



FORD FOCUS ST

DEALER: FORD STORE UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: BAS SCHOUTEN

Jacqueline Vaessen: De Focus ligt geweldig op de weg. De sportstoelen zitten super en bieden goede ondersteuning. Daarnaast heeft deze auto een kleine draaicirkel. De Focus is relatief prijzig, maar daar krijg je wel een leuke en sportieve auto voor terug.'

Henk Folkers: 'Mijn eerste indruk van de Focus ST? SNEL! De verhouding tussen prijs en kwaliteit is goed, zeker als je kijkt naar alle opties die in en op deze Ford zitten.'

Luuk van Ravenhorst: 'De ST is een leuke, speelse auto. Je moet echt autorijden,

werken achter het stuur. Je merkt aan alles dat het een sportauto is; de afwerking doet wat Spartaans aan.'

John Meijer: 'De Ford Focus ST is een echte funcar. Hij heeft veel vermogen en is in alles sportief, maar toch is de auto nog behoorlijk comfortabel. Ik vind de verhouding tussen prijs en kwaliteit nog redelijk.'



SPECIFICATIES

Merk: Ford

Model: Focus

Type: ST-3

Transmissie: 6 versnellingen handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.999 cc

Vermogen: 250 pk

Koppel: 345 Nm

Verbruik: 1 op 14,7

Acceleratie 0 tot 100 km/u: 6,5 sec

Topsnelheid: 230 km/u

Uitrusting: ST achterspoiler, schuifkanteldak

Verkoopprijs: € 45.196,-

Leaseprijs: € 848,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 39.260,-

Leaseprijs vanaf: € 743,-

Informatie:

www.schakelautogroep.nl



'Je knalt met de Mondeo zo naar Zuid-Frankrijk.'



FORD MONDEO

DEALER: FORD STORE UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: DENNIS HEERES

Roy Sijgers: 'Het eerste wat me te binnen schiet bij de Ford Mondeo is degelijkheid. En dat bedoel ik op een positieve manier, je knalt er zo mee naar Zuid-Frankrijk. De Mondeo is zeer luxe uitgevoerd en enorm ruim. Daarnaast rijdt hij heerlijk.'

John Meijer: 'Ik ben erg te spreken over de nieuwe Mondeo. Het rijgedrag is formidabel. De afwerking is degelijk en de ruimte zeer royaal. Je krijgt veel auto voor een scherpe prijs.'

Marjolein de Leeuw: 'Ik vind de Mondeo een prima auto. Hij is vriendelijk in gebruik, heeft voldoende vermogen en

rijdt heerlijk. Het is een zeer prettige ervaring om in deze Mondeo te rijden.'

Joost van Glabbeek: 'Ik heb een goede indruk gekregen van de Ford Mondeo. Hij rijdt en oogt rustig, is mooi afgewerkt en heeft zowel voor- als achterin een ruime zit. Al met al is het een zeer complete auto voor een scherpe, concurrerende prijs.'

SPECIFICATIES

Merk: Ford

Model: Mondeo

Type: Titanium Hybride 4drs

Transmissie: eCVT automaat

Cilinderinhoud: 1.999 cc

Vermogen: 187 pk

Koppel: 300 nM

Verbruik: 1 op 23,8

Acceleratie 0 tot 100 km/u: 9,2 sec

Topsnelheid: 187 km/u

Uitrusting: Business pack, Comfort

Seat Pack, verwarmbare stoelen,

18" lichtmetalen velgen

Verkoopprijs: € 42.208,-

Leaseprijs: € 723,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 36.295,-

Leaseprijs vanaf: € 675,-

Informatie:

www.schakelautogroep.nl



'De 308 rijdt strak en sportief en heeft erg veel ruimte.'



PEUGEOT 308

DEALER: NEFKENS MIDDEN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: EWOUDE VAN DAM

Joost van Glabbeek: 'Ik vind de Peugeot 308 een goede, representatieve auto. Hij is ruim en comfortabel. De prijs/kwaliteit verhouding is prima. Het design is mooi en ik ben erg te spreken over het panoramadak.'

Roy Sijgers: 'Ik een goede indruk gekregen van de Peugeot 308. Het is een degelijke en sportieve auto die heel erg prettig rijdt. Al met al is dit een mooie en sportieve gezinsauto.'

Edo Boonstra: 'De Peugeot 308 heeft een prima indruk op me achtergelaten. Hij rijdt strak en sportief en heeft erg veel ruimte. Ondanks het flinke vermogen is de motor

toch stil. De prijs/kwaliteit verhouding is goed voor zo'n sportieve auto.'

John Meijer: 'De Peugeot 308 is een prima auto. Hij is wat smaller dan de 508. Het dashboard is overzichtelijk en het ontwerp van de auto, zowel de binnen- als buitenkant, is mooi. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is in orde.'



SPECIFICATIES

Merk: Peugeot

Model: 308 SW

Type: GT 205

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.598 cc

Vermogen: 205 pk

Koppel: 285 nM

Verbruik: 1 op 17,9

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

Topsnelheid: 235 km/u

Uitrusting:

Verkoopprijs: € 34.680,-

Leaseprijs : € 619,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 22.220,-

Leaseprijs vanaf: € 465,-

Informatie:

www.nefkens-midden.nl



'Ik zie de 508 als een echte zakelijke auto voor de lange(re) ritten.'



PEUGEOT 508 SW

DEALER: NEFKENS MIDDEN

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: CHRISTIAAN BAKKER

Edo Boonstra: 'Ik ben erg te spreken over deze Peugeot. De auto is zeer comfortabel en luxe. Ik zie hem dan ook als een echte zakelijke auto voor de lange(re) ritten. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is wat mij betreft in orde.'

Gerold Kroon: 'Ik vind de Peugeot 508 een topauto! Hij rijdt heerlijk en is geweldig afgewerkt. Ik moet toegeven dat deze Peugeot behoorlijk aan de prijs is, maar daar krijg je dan ook wel een mooie zakenauto voor.'

Henk Folkers: 'Ik heb een goede indruk gekregen van de Peugeot 508. Het is een

ruime gezinswagen met een zakelijke uitstraling.'

Bert Bouman: 'Ik ben erg te spreken over de Peugeot 508. Hij zit goed en rijdt erg lekker. Daarnaast is de auto representatief en comfortabel. De prijs/kwaliteit verhouding is redelijk.'



SPECIFICATIES

Merk: Peugeot

Model: 508 SW

Type: RXH Hybrid4 ETG6

Transmissie: Halfautomaat

Cilinderinhoud: 1.998 cc

Vermogen: 200 pk

Koppel: 300 nM

Verbruik: 1 op 25

Acceleratie 0 tot 100 km/u: 8,8 sec

Topsnelheid: 213 km/u

Uitrusting:

Verkoopprijs: € 47.660,-

Leaseprijs : € 1.070,- (full operationaal, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 45.630,-

Leaseprijs vanaf: € 1.050,-

Informatie:

www.nefkens-midden.nl

18X

Porsche Scene Live voor maar
€60,-



Ontvang 12 x Puur Porsche Magazine+ 6 reeds verschenen edities voor €60,-

PUUR Porsche magazine is het onafhankelijk maandmagazine voor elke Porsche liefhebber. Het blad staat boordevol met reportages over typen Porsches uit heden en verleden, techniek, onderhoud, tuning, interviews, races, evenementen en lifestyle.

www.puurpm.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



www.porsche.nl/cayenne

De evolutie van hybride aandrijving.

De nieuwe Cayenne S E-Hybrid met 14% bijtelling.

Naast een scherper design, meer efficiency en een rijkere standaarduitrusting, komt Porsche met de S E-Hybrid als eerste in het segment van de premium SUV's met een plug-in hybrid. Met slechts 79 g/km CO²-uitstoot heeft deze bij zakelijk gebruik slechts 14% bijtelling. De historie van de hybrid begint in 1899 bij de Lohner-Porsche en is met de ontwikkeling van de zeer krachtige hybridetechniek in een stroomversnelling geraakt. Ook de Cayenne Diesel, S, S Diesel en Turbo zijn door slimme efficiency zuiniger dan ooit.



PORSCHE

Porsche Centrum Leusden
Zuiderinslag 8
3833 BP Leusden
Telefoon 033 4 949 911

Gemiddeld brandstofverbruik 3,4 l/100 km en CO²-emissie 79 g/km

We ♥ PrintMedia



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

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

 **BalMedia**



'De Cayenne is een fantastische auto'



PORSCHE CAYENNE

DEALER: PORSCHE CENTRUM LEUSDEN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: LINDA VAN DIJK

Roy Sijgers: 'De Porsche Cayenne is een superauto! Alles, zowel aan de binnenkant als buitenkant, is op en top afgewerkt. Daarnaast is deze auto ruim en snel én is het een plug-in hybride.'

Luuk van Ravenhorst: 'Wat moet ik er van zeggen? De Cayenne is een fantastische auto. Ik heb begrepen dat deze Porsche volledig op maat en smaak geleverd kan worden. Al met al is dit zowel een comfortabele als een sportieve SUV.'

Jacqueline Vaessen: 'De Porsche Cayenne rijdt geweldig. Door de hoge zit heb je goed overzicht en ik was verrast door de

kleine draaicirkel. De auto heeft een hoge aanschafprijs, maar daar krijg je ook wel wat voor terug.'

Marjolein de Leeuw: 'Ik vind de Cayenne robuust en stevig, maar ook elegant. De stoelen zitten heerlijk en de prestaties zijn geweldig. Deze Porsche is behoorlijk prijzig, maar wel elke euro waard.'

SPECIFICATIES

Merk: Porsche
Model: Cayenne
Type: S E-Hybrid Tiptronic S
Transmissie: 8 traps-Tiptronic automaat
Cilinderinhoud: 2.995 cc
Vermogen: 416 pk

Koppel: 590 Nm
Verbruik: 3,4 l/100 km
Acceleratie 0 tot 100 km/u: 5,9 sec
Topsnelheid: 243 km/u
Uitrusting: Luchtvering incl PASM, 21 inch Cayenne Sport Edition wiel
Verkoopprijs: € 134.905,06

Leaseprijs: € 2.475,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)
Vanafprijs: € 85.100,-
Leaseprijs vanaf: € 1.699,-
Informatie:
www.porschecentrumleusden.nl



'In mijn ogen is de Mercedes de ideale zakenlimousine: sportief en representatief tegelijk.'



MERCEDES BENZ C 350

DEALER: ARVAL

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: JAAP DWARSHUIS

Annemieke Lankhaar: 'Ik vind deze Mercedes een mooie, comfortabele auto die erg lekker rijdt. De prijs en kwaliteit zijn wat mij betreft goed in evenwicht.'

Marjolein de Leeuw: 'Ik heb een goede eerste indruk gekregen van deze Benz. Hij rijdt en zit zeer comfortabel. Door het compacte interieur krijg je een hele rustige uitstraling. De verhouding tussen prijs en kwaliteit zijn in orde en passen goed bij Mercedes.'

Roy Sijgers: 'Ik vind deze C-klasse zeer representatief. Hij heeft een mooi uiterlijk en rijdt prinsheerlijk. Je krijgt het gevoel

alsof de auto een stuk groter is. In mijn ogen is dit de ideale zakenlimousine: sportief en representatief tegelijk.'

Joost van Glabbeek: 'De Mercedes is erg degelijk afgewerkt, het dashboard is overzichtelijk en de auto is comfortabel en veilig. Aan alles merk je dat de Mercedes kwaliteit uitstraalt. Hij is behoorlijk aan de prijs, maar daar krijg je wel een hoop auto voor terug.'



SPECIFICATIES

Merk: Mercedes

Model: C 350

Type: Hybrid

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 1.991 cc

Vermogen: 211 pk

Koppel: 350 nM

Verbruik: 1 op 47,6

Acceleratie 0 tot 100 km/u: 5,9 sec

Topsnelheid: 250 km/u

Uitrusting: EXCLUSIVE interieur,

EXCLUSIVE exterieur, AIRMATIC

luchtvering, automatische aircondi-

tioning, stoelverwarming

Verkoopprijs: € 59.000,-

Leaseprijs: € 850,- (full opera-

tional, obv. 30.000 p/jr, 5 jaar,

excl. btw)

Informatie: www.arval.nl



'De beleving in de Lotus is te gek.'



LOTUS EVORA

DEALER: VAN DER KOOI SPORTSCARS
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: RAINIER VOS

Annemieke Lankhaar: 'De Lotus Evora is een mooie auto. De afwerking is geweldig en hij is lekker snel. Daarnaast ligt de Evora goed op de weg. De liefhebber weet deze auto zeker op waarde te schatten.'

Gerold Kroon: 'In één woord super! Dit is een te gekke wagen, waar ik zo geen minpunten op kan bedenken. Ja, misschien de prijs. Die is fors maar daar krijg je natuurlijk wel wat voor terug.'

Marjolein de Leeuw: 'Ik vind de Lotus robuust en sportief. De beleving in deze auto is te gek. Daarnaast ligt de Evora stevig op de weg. Deze auto is zeker niet goedkoop, maar hij is wel elke euro waard.'



SPECIFICATIES

Merk: Lotus

Model: Evora

Type: S Sportsracer

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 3.496 cc

Vermogen: 350 pk

Koppel: 400 nM

Verbruik: 1 op 11

Acceleratie 0 tot 100 km/u: 4,7 sec

Topsnelheid: 270 km/h

Uitrusting: Full options

Verkoopprijs: € 122.840,-

Leaseprijs: op aanvraag

Vanafprijs: € 113.780,-

Leaseprijs vanaf: op aanvraag

Informatie:

www.vanderkooisportscars.nl



'De i3 rijdt lekker en is verbazingwekkend ruim.'



BMW i3

DEALER: ARVAL

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: THIJS PLAISIER

Annemieke Lankhaar: 'De BMW i3 oogt klein, maar van binnen is het een hartstikke ruime auto. Het elektrisch rijden is even wennen, evenals de remfunctie als je het gas loslaat. De aanschafprijs van deze BMW is behoorlijk hoog maar daar krijg je ook wel wat voor terug.'

Joost van Glabbeek: 'De BMW i3 is een degelijke auto met een futuristische uitstraling. Het comfort is des BMW's, dik in orde dus. De Range Extender is in mijn ogen wel een noodzakelijke uitbreiding op de standaard uitvoering. De i3 is een echte stadsauto die uitermate geschikt is voor de korte(re) afstanden.'

Jacqueline Vaessen: 'Ik vind de BMW i3 een leuke auto. Hij is innovatief in zowel design als techniek. Voor korte afstanden of stadsgebruik is dit een ideale auto. De aanschafprijs is aan de hoge kant, maar zakelijk brengt de auto veel fiscale voordelen met zich mee.'

Bert Bouman: 'Ik ben zeer te spreken over de i3. Hij rijdt lekker en is verbazingwekkend ruim. Daarnaast is de auto erg geruisloos door de elektrische motor. Het dashboard is overzichtelijk en praktisch, en is afgewerkt met duurzame materialen.'



SPECIFICATIES

Merk: BMW

Model: i3

Type: Range Extender

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 647 cc

Vermogen: 170 pk

Koppel: 250 nM

Verbruik: 1 op 166

Acceleratie (0 tot 100 km/u): 7,9 sec

Topsnelheid: 150 km/u

Uitrusting: Comfort pakket, adaptieve LED-verlichting, elektrisch

verwarmde voorstoelen

Verkoopprijs: € 42.685,-

Fiscale waarde getoonde model:

€ 55.900,-

Leaseprijs: € 690,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 5 jaar, excl. btw)

Informatie: www.arval.nl

Elektrisch rijden in de praktijk



Toen mijn vorige auto aan het einde van zijn looptijd was, besloot ik door te rijden omdat er onvoldoende aanbod van elektrische auto's was. Ik zocht een elektrische auto die aan de volgende criteria voldeed:

- ontwikkeld als elektrische auto;
- met een behoorlijke range om elektrisch te rijden;
- en een range extender voor noodgevallen.

Ik had een aantal argumenten om te kiezen voor een elektrische auto. Mijn afstand voor woon-/werkverkeer is ruim 3 kilometer. Als ik overdag geen auto nodig heb en het regent niet, kies ik voor de fiets. In de praktijk is dat zo'n 60 tot 70 dagen per jaar. Daarnaast rijd ik gemiddeld 23 kilometer per rit, een afstand die uitstekend elektrisch te rijden is. Ook draag ik een maatschappelijk verantwoorde bedrijfsvoering een meer dan warm hart toe. Ik vind dat ik daarin een goed voorbeeld moet geven en realiseerde me dat het ook anders kon na mijn deelname aan het low car diet in 2014. Daar leerde ik dat je zonder veel moeite bewuster kunt autorijden. Als dat dan ook nog met een elektrische auto kan, is dat helemaal mooi. De keuze viel op een BMW i3 die in februari 2014 werd afgeleverd.

Rijden in een elektrische auto heeft mij rustiger gemaakt. Ik neem meer tijd om naar een afspraak te rijden en doe dat over het

algemeen met 100 kilometer per uur op de adaptieve cruise control; ideaal. Je hebt ook wat meer tijd nodig omdat je moet zoeken naar een laadpunt.

Het tekort daaraan gaat leiden tot files bij de laadpunten. De groei van het aantal (semi-) elektrische auto's en het aantal openbare laadpunten houden geen gelijke tred. Er zijn nu ongeveer 20.000 elektrische auto's en circa 3.500 openbare laadpunten. Dat moeten er meer worden, met name op plaatsen waar veel zakelijk verkeer komt. Ook moet er een oplossing komen om laadpunten vrij te maken zodra een auto volledig is opgeladen.

Er komen nu op strategische plaatsen snellaadpunten langs rijkswegen. Momenteel heeft de provincie Utrecht een zeer beperkt aantal van deze punten. Mijn BMW i3 heeft – tegen een forse meerprijs – de mogelijkheid snel opgeladen te worden. Dat is nu onevenredig duur; zelfs zo duur dat het (bedrijfs-economisch) gunstiger is om op benzine te rijden. Dat is natuurlijk heel vreemd.

De actieradius van de auto is sterk afhankelijk van de omstandigheden. Een lage temperatuur heeft een enorme invloed op de actieradius. In de zomer kan ik 160 kilometer op een volle acculading rijden, in de winter is dat soms maar 100 kilometer. Ook mijn rijstijl bepaalt in belangrijke mate de actieradius. Het voordeel van een range extender is dat je altijd thuis komt. Als de accu bijna leeg is, start de range extender en wordt de accu door de benzinemotor opgeladen.

Door heel bewust elektrisch te rijden, de rijstijl aan te passen en maximaal op zoek te gaan naar laadpunten is mijn (brandstof) verbruik over de afgelopen 15.000 kilometer minder dan 1,0 liter per 100 kilometer. Met meer laadpunten kan dat gemakkelijk gehal-

INZET PER 8 FEBRUARI 2014

- Gemiddeld 15.000 km/jaar
- Gemiddeld aantal kilometers per rit 23 kilometer

14 x brandstof getankt
Totaal 129,1 liter
Gemiddeld 9,2 liter per tankbeurt

180 x elektrisch geladen
Totale kosten € 344,-
Kosten elektrische kilometer € 0,025; dat is 70-80% lager dan een conventionele kilometer voor een auto met een brandstofmotor.

15.000 kilometer
1.500 kilometer op benzine
13.500 kilometer elektrisch

Verbruik over 15.000 kilometer 0,9 liter per 100 km

veerd worden tot 0,5 liter per 100 kilometer.

Mijn ervaringen met de elektrische auto zijn goed. Ik ben tevreden met mijn keuze en blij dat ik een steentje kan bijdragen aan een forse verlaging van de CO₂-uitstoot. De BMW i3 is een voortreffelijke auto. Het aantal laadpunten in Nederland moet fors toenemen en er moet een oplossing komen zodat laadpunten worden vrijgemaakt als de auto is opgeladen. Bij ons op de zaak doen we dat door een app te sturen naar de berijder met het verzoek een van de laadpunten vrij te maken. Dat werkt uitstekend.

Dick Bakker
Algemeen directeur Arval SME (Houten) ■

PLUSSEN EN MINNEN

- +anders/relaxter autorijden
- +zuinig
- +lage CO₂-uitstoot

- actieradius
- (te) weinig laadpalen

Een andere ik

Sinds ik voor Utrecht Business schrijf – en dat is bijna twintig jaar – weet ik niet beter: Utrecht is te groot voor het servet en te klein voor het tafellaken. Honderden directeuren, managers, wethouders en ambtenaren wezen mij er op dat de vierde stad van Nederland terecht niet op het podium stond, maar ook weer niet te vergelijken was met een doorsnee provinciestad. Jarenlang tekende ik verhalen op over het gebrek aan ambities en een tekort aan daadkracht om deze stad echt op de kaart te zetten. ‘Utrecht is fijn om te wonen en om te werken’. Daar moesten we het mee doen.

In de afgelopen jaren is de stad echter ingrijpend veranderd. Leidsche Rijn is erbij gekomen, talloze wijken zijn opgeknapt en de Utrechtse binnenstad werd – en wordt – steeds aantrekkelijker. Voorheen kwam het gebrek aan ambitie en daadkracht ook tot uitdrukking op het culturele en toeristische vlak. Hoe anders is dat nu. De stad investeert fors in voorzieningen zoals TivoliVredenburg, een gerenoveerde Stadsschouwburg, het nieuwe Podium Hoge Woerd, de plannen rondom de Megabioscoop op het Jaarbeursplein en Artplex bij Paardenveld, de vernieuwing van het Centraal Museum et cetera.

Maar het grootste bewijs van de ‘andere ik’ levert Utrecht met de Grand Départ. In de afgelopen dagen, weken en maanden stond de stad door de Tour in vuur en vlam. Nog nooit waren er zoveel verschillende activiteiten, nog nooit was er zoveel onderlinge samenhang. En dan praat ik niet over oubollige gebeurtenissen maar over originele evenementen, unieke happenings en grootschalige concerten. De stad pakt (eindelijk) uit. Het lijkt erop dat het behoudende Utrechtse denken en doen plaats heeft gemaakt voor grootstedelijk, avontuurlijk ondernemerschap. Een geweldige ontwikkeling die de stad de komende jaren verder brengt. Naar een podiumplek in plaats van het tafellaken. Zeker weten!



Mart Rienstra hoofdredacteur Utrecht Business

ADVERTEERDERSINDEX

naam	pagina
2gather	18
2twitit	42
ACN Utrecht	18
Arval	60
BAL Media	52
Casio	31
Citocom	13
Deng	25
Down Under	25
Expo Houten	25
Ford Utrecht	46
HNK	9
IJsselstreek Zakelijk	19
JBA Security	20
Juliana	24
Kontakt der Continenten	25
De Kroon	9
Makro	18
Medicort	46
Nefkens Midden	2
Oud London	25
Van den Pol	9
Porsche Centrum Leusden	52
Rabobank Utrecht e.o.	28
Rivers Marnemoende	24
Securitas	59
Trainspot	24
Vineyard food & drinks	25
Vocking	20
Woudschoten	25

Utrecht Business 4 verschijnt op 15 september. Hierin onder meer een focus op marketing & communicatie. Verder uitgebreid aandacht voor logistiek en familiebedrijven.

Voor meer informatie
www.utrechtbusiness.nl

De volledige veiligheid van uw zaak in één pakket



Vanaf € 72,95 per maand

incl. installatie, onderhoud, alarmcentrale en -opvolging

De veiligheid van uw zaak is altijd ons uitgangspunt en daarom introduceren wij vier veiligheidspakketten voor het MKB. Professionele en betaalbare totaalpakketten in abonnementsvorm waarmee we u volledig ontzorgen. Naast de innovatieve techniek krijgt u

de installatie, aansluiting op de alarmcentrale, basis alarmopvolging en het jaarlijks onderhoud er gewoon bij. Zo heeft u één aanspreekpunt met jarenlange ervaring voor écht alles rondom de veiligheid van uw zaak.

Ontdek welke oplossing bij uw zaak past op securitas.com/veiligheidspakketten



Eerst luisteren, dan beveiligen

PER KILOMETER

HOE MINDER U RIJDT, HOE LAGER UW KOSTEN.

€ 3,94 p/dag
€ 0,08 p/km



RENAULT TWINGO

€ 6,10 p/dag | € 0,07 p/km



FIAT 500

€ 6,00 p/dag | € 0,12 p/km



VOLKSWAGEN POLO

€ 10,18 p/dag | € 0,07 p/km



OPEL CORSA

€ 6,40 p/dag | € 0,08 p/km

DE SLIMME LEASE OPLOSSING VOOR HET MKB

- ✓ Vaste lage prijs per kilometer
- ✓ Makkelijk opzegbaar contract
- ✓ Direct online uw leaseprijs berekenen
- ✓ De kwaliteit en service van Arval

Stel, u wilt als ondernemer altijd over een auto kunnen beschikken, maar gebruikt hem niet altijd even veel. Kies dan voor Arval's leaseoplossing voor mkb'ers en zzp'ers. Doordat we de leaseprijs opsplitsen in een laag maandbedrag en een vaste prijs per kilometer bepaalt u zelf hoeveel uw leaseauto u per maand kost. Rijdt u een maand wat minder, dan ziet u dat direct terug op uw factuur.

Bij Arval leasht u een auto altijd op basis van full operational lease. Dit houdt in dat we u alle zaken rondom lease uit handen nemen, zodat u als ondernemer zich kunt focussen op waar u goed in bent.

De leaseprijs is dan ook altijd all inclusive. Van motorrijtuigbelasting tot vervangend vervoer, het is goed geregeld. Daarnaast betaalt u ook geen hoge boete als u van uw contract af wilt. Lees hoe makkelijk dat gaat op onze website.

Kiest u voor Arval, dan kiest u voor kwaliteit en service. Al negen keer op rij werd Arval uitgeroepen tot leasemaatschappij met de hoogste klanttevredenheid. Met uw vaste accountmanager en ons driverteam voor berijderzaken staan wij dagelijks van 8.00 tot 21.00 uur voor u klaar.

Bereken uw leaseprijs en vraag een offerte aan op arvalperkilometer.nl en maak kans op een gratis halfjaarabonnement op Autoweek!



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

We care about cars. We care about you.