



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 31 | NUMMER 1 | MAART 2016

BUSINESS®

Opvolging natuurlijk proces bij
Ans de Wijn Bedrijfshuisvesting

Ambitie als gedeelde drijfveer

Nederland kan
niet zonder techniek

Einde verhaal
voor het kantoor?

Op de huid van
Johan van den Elzen



De true colours van
Maurits Groen

PINC.17

pinc.nl

sum

security

sound

eco-

fire-science

prison

sixteen stories

goat 3.0?

color hunter

kinetic

supercomputing

10 mei 2016

Possibly the most inspiring
day of the year

VOORWOORD



Meer snoep graag

Maurits Groen is nummer 1 in Nederlands Duurzame Top Honderd. De rol van deze éminence grise is vooral die van verbinder. "Na bijna veertig jaar beschik ik over een groot netwerk. Dat zet ik graag in om kansrijke ideeën verder te helpen."

Daarvan komen er alsmaar meer. "Er worden in hoog tempo oplossingen ontwikkeld die milieuvriendelijke productie en energiebesparing mogelijk maken, en die ook financieel steeds aantrekkelijker worden." Groen ervaart het als een snoepwinkel met producten die bewijzen dat het beter, duurzamer en voordeliger kan: "Deze winkel wordt alsmaar voller."

Voor haar nieuwbouw shopte KWR enthousiast binnen het duurzame aanbod: zonneboiler en -panelen, LED-verlichting, een begroeid dak, warmte/koudeopslag en waterbesparende toiletten. "Doel was om een hoogwaardig, duurzaam gebouw te realiseren," aldus KWR-directeur Wim van Vierssen. "Tegelijkertijd wilden we onder de marktconforme kostprijs uitkomen. Dat is gelukt. Er staat een prachtig pand voor een heel redelijke investering."

Naast een strenge, maar coöperatieve financier bleek de inzet van adequate expertise de sleutel tot succes. "Cruciaal was het zware bouwteam met vanuit de raad van commissarissen specialistische inbreng inzake financiën, bouw en installatietechniek. Samen zaten we bovenop alle keuzes en is het hele proces tot in detail gevolgd." KWR's duurzame focus leidde tot een substantiële besparing van energie- en watergebruik.

Voorbeelden als deze zijn er gelukkig steeds meer. Toch presteert Nederland volgens Maurits Groen nog altijd belabberd op het gebied van duurzame energie. "Binnen de EU doet alleen Malta het slechter. Ik mis visie en verantwoordelijkheid. Al jarenlang is bekend dat ons aardgas rond 2030, 2035 op is. Van enige urgentie bij de ontwikkeling van alternatieven is echter geen sprake." Een kortzichtigheid met grote gevolgen; economisch én geopolitiek. "Zonder alternatieve energie missen we straks niet alleen onze aardgasinkomsten, maar wordt Nederland ook afhankelijk van Rusland en het Midden-Oosten. Is dát wat we willen?"

Toch blijft Groen hoopvol. "De techniek om de noodzakelijke omslag te realiseren, is beschikbaar. Ook de financiële middelen zijn er. Het enige wat ontbreekt, is bestuurlijke en politieke wil."

Hans Hajée



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 32
maart 2016, editie 1

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Hans Hajée

REDACTIEMEDEWERKERS
William ten Brink • Peter Camp • Paul de Gram • Stan Keyzer • Cees Louwers • ,
Mart Rienstra • 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 Ambitie als gedeelde drijfveer
- 11 Ondernemers ontdekken medewerker met arbeidsbeperking
- 12 Op de huid van Johan van den Elzen
- 14 Van den Pol Elektrotechniek is steeds drukker met duurzaamheid
- 16 "Hoe vroeg moet je 's ochtends beginnen?"
- 18 Einde verhaal voor het kantoor?
- 20 Huisvesting als duurzame drie-eenheid bij KWR
- 22 Wie zijn de professionals van de toekomst?
- 25 Rederij Schuttevaer toeristisch visitekaartje van Utrecht
- 26 Toekomstgericht goederenvervoer: slimmer, schoner en veiliger

NATIONAAL



II 'De snoepwinkel wordt steeds voller'

De true colours van Maurits Groen



IV Samenwerking als sleutel tot succes

Opdrachtgevers in the lead bij stedelijke distributie



VI '2016 wordt een uitdagend autojaar'

Minder vergroening door nieuwe fiscale regels?

- 27 Het einde van de VAR
- 28 Hoe creëer je een stimulerende werkomgeving?
- 32 Bedrijvencentrum Vechtenstein: relaxte broedplaats voor bedrijvigheid
- 34 Netwerken tweede natuur voor Vincent Nibbering
- 36 Rabo Meet & Grow: marktplaats voor kennis en kapitaal
- 39 VNO-NCW Nieuws
- 40 Toplocaties in Midden-Nederland
- 42 Stichting LIVA biedt ouders de helpende hand
- 45 Van Mathieu Hermans naar Tom Dumoulin
- 46 Uit
- 48 Gastronomie met sentiment en beleving bij Tante Koosje
- 50 Mart Rienstra over fatsoen in zakendoen

8
Ans de Wijn droeg de dagelijkse leiding van haar makelaarskantoor twee jaar geleden over aan zoon Flip van Overhagen. Door hun gedeelde ambitie krijgt deze opvolging op een natuurlijke manier gestalte. "Ontwikkeling en vernieuwing zijn hier een continu proces."



12
Voormalig Movares-CEO Johan van den Elzen is een atypische leider met uitgesproken ideeën over integriteit en transparantie. Nu is hij zzp'er met een missie. "Van meezingen word ik ontzettend vrolijk."



14
Duurzaamheid en slimme techniek staan in het middelpunt van de belangstelling. Van den Pol Elektrotechniek ziet de impact van haar vak steeds verder toenemen.



16
Nederland kan niet zonder techniek. En dus ook niet zonder goed opgeleid technisch personeel. Om dreigende tekorten het hoofd te bieden, verbindt TechniekTalent.nu partijen die zich sterk maken voor instroom en behoud van technisch talent.



18
Verstoring is de reden waarom we taxi's via onze smartphone bestellen en beursgenoteerde ondernemingen omvergoorpen kunnen worden door een startup die vanuit een garagebox opereert. De pijlen zijn nu gericht op de werkomgeving.



20
Duurzaamheid is een van de leidende principes in de onderzoeksvisie van KWR. En vormt ook bij de nieuwe huisvesting een belangrijke drijfveer. Rabobank Utrecht was partner bij de financiering van het markante gebouw.



34
In het zakelijke netwerk van FC Utrecht voelt Vincent Nibbering (Initial) zich als een vis in het water. "Bij netwerken draait het vooral om je opstelling. Wat je erin stopt, krijg je vroeg of laat terug."



46
Chef-kok Roland Veldhuijzen en maître Robert-Jan Smeding van Tante Koosje zijn honkvast. "Wij beschouwen dit als onze eigen zaak." De kracht van het Loenense restaurant ligt in de totaalbeleving.

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

JURIDISCHE DIENSTVERLENING

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

WIJ ZIJN U GRAAG VAN DIENST!



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

VAN BENTHEM & KEULEN
ADVOCATEN & NOTARIAT

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**

BUSINESS FLITSEN

KONTAKT DER KONTINENTEN WINT NATIONALE MEETING AWARD

Tijdens de vakbeurs Evenement Contact nam Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten de Nationale Meeting Award 2015 in ontvangst. De combinatie van publieksstemmen, positieve online reviews en het lovende oordeel van de vakjury leverde de titel “Beste meeting- en eventlocatie van Nederland” op in de categorie 51 tot 250 personen. De vakjury had veel waardering voor het karakter en het gedachten-

goed van het conferentiehôtel. Ook de professionele keukenbrigade en KdK App werden als positief ervaren. De eigentijdse en functionele inrichting, met behoud van het kloosterlijke karakter, en het grote eigen bosterrein zorgen volgens de jury voor onderscheidend vermogen. “Een geweldig mooie kroon op het werk dat wij iedere dag vol enthousiasme met elkaar verzetten,” aldus directeur René Giel.



VOLLEBREGT DIRECTIEVOORZITTER BAM BOUW EN VASTGOED

De raad van bestuur van Koninklijke BAM Groep (Bunnik) heeft Roel Vollebregt benoemd tot directievoorzitter van BAM Bouw en Vastgoed. Deze groepsmaatschappij bundelt de Nederlandse activiteiten van BAM op het gebied van utiliteitsbouw, techniek, woningbouw en vastgoed. Vollebregt (54) is momenteel directievoorzitter van gebieds- en vastgoedontwikkelaar AM, onderdeel van BAM. De benoeming houdt verband met het terugtreden van voorganger Eugene Grüter die zijn loopbaan buiten BAM vervolgt. Vollebregt is vanaf 1999 bij de Groep werkzaam, sinds 2005 als directievoorzitter van respectievelijk BAM Vastgoed en AM.

FNV KIEST VOOR HOOFDKANTOOR IN UTRECHT

Sinds 1 januari zijn vier FNV-afdelingen samengevoegd in één organisatie: Vakcentrale, Bondgenoten, AbvaKabo en Bouw en Sport. De medewerkers zijn nu veel tijd kwijt met het reizen tussen de huidige hoofdkantoren van de vroegere afdelingen in Zoetermeer, Amsterdam, Woerden en in het Utrechtse kantorengedebied Rijnsweerd. Daarom kiest de vakbond voor één gezamenlijk onderkomen. Het huidige hoofdkantoor van Mediq in Leidsche Rijn, pal aan

de A2 is de beoogde nieuwe locatie. Een deel van de huidige bewoners van het markante pand – ook wel de Diamant genoemd – verhuizen naar het kantoor van Brocacef (Maarssen). Dit bedrijf is van plan om een gedeelte van het Mediq-concern (de apotheken) over te nemen. De andere Mediq-medewerkers vertrekken naar een kantoor in De Meern. De FNV zal in de Diamant zo’n 2.000 medewerkers huisvesten. Dit moet volgend jaar zijn beslag krijgen.



HNK BESTE KANTOORVERHUURDER

HNK staat voor Het Nieuwe Kantoor. Met dit concept richt NSI zich op de groeiende behoefte aan fullservice en flexibele huisvestingsconcepten in de kantorenmarkt. HNK is door het Nationale Business Succes Award (NBSA) Instituut uitgeroepen tot branchewinnaar in de Kantoorruimteverhuurbranche. Volgens de nominatiecommissie heeft HNK zich ontwikkeld tot een toonaangevend bedrijf, met een zeer sterke positionering en een klinkende repu-

tatie. Robert Zwaan, hoofd van de nominatiecommissie van het NBSA-instituut: “HNK concurreert niet op prijs, maar zoekt in haar aanbod naar die elementen waar de klant graag voor wil betalen. Hieromheen is het totale dienstenpakket ontwikkeld. Van flexwerkplek tot compleet eigen kantoor met alles erop en eraan, alles is bij HNK mogelijk. Een hoogwaardig bedrijf dat in betrekkelijk korte tijd een opmerkelijke positie heeft opgebouwd.”

Ambitie drijfveer bij Ans de Wijn Bedrijfshuisvesting

“Wij gaan vol voor onze panden”

Oprichter en naamgeefster Ans de Wijn droeg de dagelijkse leiding van haar makelaarskantoor twee jaar geleden over aan zoon Flip van Overhagen. Door hun gedeelde ambitie krijgt deze bedrijfsopvolging op een natuurlijke manier gestalte. “Ontwikkeling en vernieuwing zijn hier een continu proces.”



Na een loopbaan in de gezondheidszorg koos Ans de Wijn voor het commerciële makelaarsvak. Eerst in loondienst, al snel als zelfstandig ondernemer. “Dat was in 1991, midden in een crisis. En in het begin doodeng. Maar met vechtlust en creativiteit lukte het steeds meer opdrachtgevers aan mij te binden.” Het kantoor ontwikkelde zich tot allround dienstverlener met aan- en verhuur, taxaties en consultancy, onder meer op het gebied van beleggingen.

De allerbeste worden

De historie herhaalde zich in tweeërlei opzicht. Er diende zich weer crisis aan en midden in deze periode – in 2009 – trad Ans de Wijn’s zoon Flip van Overhagen toe tot het kantoor. Na een periode in het leger en een studie Bedrijfskunde lonkte het vastgoed. “Van jongs af aan heb ik affiniteit met het vak. Dat is me natuurlijk met de paplepel ingegoten. Ook zag ik goede kansen om me binnen dit kantoor te ontwikkelen. Want ongeacht wat ik doe, ik wil de allerbeste worden.”

Moeder en zoon hechten zeer aan hun familieband. “Daarom hebben we uitgebreid gesproken over de wederzijdse verwachtingen,” zegt Ans de Wijn. “We zitten op één lijn. Onze ambitie is daarbij een verbindende factor. Constante kwaliteit is altijd de rode draad geweest bij dit kantoor. Ook in moeilijke tijden zijn we keihard blijven werken, is geïnvesteerd in mensen en gezocht naar nieuwe mogelijkheden. Mede daardoor zijn we de afgelopen periode niet alleen prima doorgelopen maar zelfs gegroeid.”

Klein en groot

Op de landelijke ranglijst van kantorenmakelaars steeg Ans de Wijn over 2014 van 13 naar 7. Bij transacties tot 500 m² werd in de regio Utrecht de nummer 1-positie behaald. “Dat lukt door kritisch te kijken naar de portefeuille,” stelt Van Overhagen. “Bij ons no cure no pay-businessmodel is het cruciaal om kansrijke objecten aan te bieden. Wij gaan vol voor onze panden. En echt niet alleen op A-locaties; jaarlijks verhuren we ook tientallen kantoorruimten in Nieuwegein, een gebied met veel leegstand. Belangrijk voor het succes is ook dat we ons niet alleen concentreren op grote metrages. Kleinere gebruikers en zzp’ers worden hier met evenveel elan geholpen. Wij

hebben maar liefst dertig business centers in portefeuille. Dergelijke vernieuwende concepten maken ook moeilijke panden kansrijk. En opdrachtgevers die zien dat we hard lopen voor kleine transacties gunnen ons ook de grote deals.”

Dat zien kan letterlijk bij Ans de Wijn want alle twaalf medewerkers zitten in dezelfde ruimte aan een lange tafel. “Het benadrukt dat het gaat om teamwork. Je motiveert

“We zitten op één lijn. Onze ambitie is daarbij een verbindende factor. Constante kwaliteit is altijd de rode draad geweest bij dit kantoor.”

elkaar; we moeten het samen doen.” Twee keer per week fitnesssen alle medewerkers met een personal trainer. “Gezamenlijk sporten versterkt de onderlinge band. En als je fit bent, presteer je simpelweg beter.”

Voortdurende vernieuwing

Om gebruikers te interesseren voor kantoorruimte is actieve marketing onontbeerlijk. “Daar investeren we fors in. Zowel in print – met een krant die gaat naar 22.000 ondernemers – als digitaal.” Medio maart lanceert het kantoor een nieuw online platform. “Alle objecten krijgen een uitgebreide presentatie met veel nadruk op videoimpressies en foto’s. Je merkt dat de jongere generatie ondernemers zich veelal

online oriënteert. Met het nieuwe digitale platform spelen wij daarop in.”

Het is een voorbeeld van de voortdurende vernieuwing binnen het kantoor. “Uitgangspunt is het bewezen track record van vijftientig jaar,” zegt Ans de Wijn. “Met die basis willen we ons verder ontwikkelen. Als organisatie en individueel. Want de mensen maken het bedrijf.” “Onze rol wordt steeds meer die van adviseur,” weet Flip van Overhagen. “Daar ligt de echte toegevoegde waarde. Wij weten wat belangrijk is voor de eigenaar én de gebruiker. Om die functie ook in de toekomst te kunnen vervullen, moet iedereen zich blijven ontwikkelen. Mijn MRE-studie heeft me veel gebracht, zowel vakinhoudelijk als qua netwerk. Iedereen op dit kantoor wordt gestimuleerd om aanvullende opleidingen te volgen. Best zwaar, naast het gewone werk. Maar het is de enige manier om als persoon en als bedrijf te groeien.”

Blijven knokken

En een voorwaarde om succesvol te blijven in een uitdagende markt. “Aan de aanbodzijde is er veel dynamiek. Vertrouwde spelers verdwijnen, nieuwe partijen dienen zich aan. En beleggers met kapitaal zijn op zoek naar kansrijk vastgoed.” Al heeft de economie de weg naar boven gevonden, huurders staan nog niet in de rij. “Het blijft knokken. De afgelopen jaren was prijs veelal een dominante keuzefactor. Positief is dat nu steeds meer gebruikers gaan voor kwaliteit. Zij realiseren zich dat onderscheidende huisvesting een organisatie sterker maakt. Het is cruciaal voor het aantrekken, motiveren en binden van goede mensen. Bij dit proces ondersteunen wij graag.”

NATUURLIJK LEIDERSCHAP

Flip van Overhagen werd twee jaar geleden managing partner en nam de kantoorleiding op zich. “Natuurlijk sparren wij, maar hij bepaalt de strategie en de dagelijkse gang van zaken,” zegt Ans de Wijn. “Het is mooi om te zien dat Flip op een natuurlijke manier leiderschap toont.” Zijn ervaring in het leger speelt daarbij zeker een rol. “Ik ben gewend aan discipline en aan een competitieve omgeving,” zegt Van Overhagen. “Die was hier al aanwezig dus ik ben niet opeens dingen anders gaan doen. Ontwikkeling en vernieuwing zijn een continu proces.” Op 1 januari 2017 verwerft Van Overhagen 100% van de aandelen. Ook dan blijft de naamgeefster verbonden aan het kantoor. “Zo lang ik van waarde ben en mijn werk leuk vind, blijf ik hier actief.”



Return on investment

Geef mensen op het platteland van India de kans om zichzelf verder te ontwikkelen. Met jouw zakelijke expertise en ervaring inspireer en help je Indiase bedrijven bij het realiseren van hun doelen. Met als return on investment: groei van het aantal banen voor vrouwen. Een beter leven voor gezinnen. En beter onderwijs voor hun kinderen. Onze aanpak werkt. Women on Wings heeft de afgelopen jaren samen met 60 experts 196.000 extra banen bij 27 bedrijven in India gecreëerd. Waardoor 590.000 kinderen al beter onderwijs kregen. Want kennis delen is het nieuwe doneren. Ook kennis doneren? Kijk op www.womenonwings.com.



60

Women on Wings
experts



27

bedrijven
in India



196.000

banen gecreëerd
voor vrouwen



590.000

kinderen
naar school

Ondernemers ontdekken medewerker met arbeidsbeperking

“Hij is zo gedreven dat ik het wel aandurfde”

Ik wens u veel personeel, horen we wel eens, om te laten weten dat het hebben van medewerkers eerder een last dan een lust is. Er is extra veel onwennigheid over het aannemen van mensen met een arbeidsbeperking; dat zal wel helemáál lastig zijn. Twee werkgevers zijn het hier volstrekt niet mee eens. Zij spreken uit ervaring.



“Al mijn klanten vinden het een prachtig initiatief.” Aan het woord is Paul van Heelsbergen, eigenaar van een garagebedrijf in Utrecht. Hij heeft sinds enige tijd een werknemer met een arbeidsbeperking in dienst. “Dat is Corné, enorm enthousiast. Ook al heeft hij weinig fysieke kracht – hij is heel klein en niet zo sterk – kan ik steeds meer aan hem overlaten. Hij is zo blij dat hij deze kans nu heeft. Dat maakt ook bij mij veel energie los om hem in deze baan te laten groeien.”

Het aannemen van iemand met een arbeidsbeperking bleek voor Van Heelsbergen “een fantastische oplossing” voor het vele werk dat hij binnenkrijgt. De ondernemer had boven-

dien in de proefperiode van twee maanden geen kosten, want toen bleef Corné nog zijn Wajong-uitkering ontvangen. Ook daarna blijft de Wajong-uitkering deels van kracht.

Enthousiasme is de sleutel

Eric Janssen, segment Directeur Business bij Sodexo Nederland, hoeft deze ontdekkingsreis niet meer te maken. Bij deze leverancier van services als catering, beveiliging en receptie is het al jaren beleid om minstens 5% mensen met een achterstand, zoals een arbeidsbeperking, in dienst te hebben. Sodexo hanteert een duidelijk criterium: “Is iemand enthousiast, daar gaat het ons om, of hij of zij nu een

BANENCAMPAGNE ALLEEN TALENT TELT!

MKB-Midden, VNO-NCW Midden, FNV, CNV, UWV en vijftien gemeenten hebben in Utrecht-Midden de handen ineengeslagen om 1.145 mensen met een arbeidsbeperking aan een baan te helpen, samen met de Werkgeversservicepunten en de Werkbedrijven. Dat gebeurt ook samen met het landelijke initiatief Onbeperktaandeslag.nl. De werkgever staat een scala aan hulpmiddelen ter beschikking, van fiscale voordelen tot jobcoaching. Zie www.alleentalenttelt.nl voor meer informatie.

beperking heeft of niet. De rest volgt vanzelf.” Het beïnvloedt bovendien de bedrijfscultuur. “Medewerkers voelen zich extra betrokken en zijn ook vaak trots.” Het kost even tijd en moeite, maar je krijgt er volgens Janssen enorm veel voor terug: “Ik zou zeggen: neem die stap, het verrijkt je bedrijf.” ■

Contact en informatie:

Helga Brenninkmeijer, regiomanager
MKB-Midden, 06-11351745,
h.brenninkmeijer@mkb.nl, www.mkbmidden.nl.

DE AANJAGERS STAAN VOOR U KLAAR

Het project “Op naar de 100.000 banen” heeft tot doel om werkgevers te informeren en enthousiasmeren over de Banenafpraak van de Participatiewet. Hierin is afgesproken om tot 2026 100.000 banen voor mensen met een arbeidshandicap te realiseren. Door invulling te geven aan de Banenafpraak kan de invoering van een verplichtend quotum worden afgewend. De website www.opnaarde100000.nl is de wegwijzer naar relevante informatie voor ondernemers die open staan voor mensen met een arbeidsbeperking. Naast het portal met informatie hebben VNO-NCW Midden en MKB-Midden drie contactpersonen die u hierover graag meer informatie geven.

Op de huid van Johan van den Elzen

“Van meezingen word ik ontzettend vrolijk”

Tot eind vorig jaar was hij CEO van Movares. Nu is hij zzp'er met een missie; Johan van den Elzen wil een concrete bijdrage leveren aan de maatschappij. Als atypische leider – met uitgesproken ideeën over integriteit en transparantie – viel hij op door te breken met traditionele inzichten over hoe je een bedrijf moet runnen. Het Utrechtse advies- en ingenieursbureau voer er de afgelopen jaren wel bij. Des te opvallender was zijn afweging om op 56-jarige leeftijd te vertrekken en definitief te kiezen voor...Johan.

TEKST MART RIENSTRA FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

U heeft slechts acht jaar bij Movares de scepter gezwaaid. Iedereen had verwacht dat u daar langer zou blijven, misschien wel tot uw pensioen.

Ik niet. Dat had ik al bij mijn aanstelling gezegd: tien jaar is meer dan genoeg. Dat het er minder zijn geworden, heeft vooral te maken met mijn wens om niet langer uit te stellen wat je intrinsiek motiveert. Ik wil mij nog meer inzetten voor het publieke domein, van grotere relevantie zijn op de gebieden sociale innovatie en waarde gedreven ondernemen.

Maar als CEO kunt u toch ook het verschil maken?

Ja, maar in zo'n rol word je vooral afgerekend op winst- en verliescijfers, op economisch-financiële uitgangspunten. Het leven is zoveel meer dan dat.

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

Ik ga inderdaad een boek schrijven; daar heb ik nu tijd voor. Het onderwerp is leiderschap en integriteit. De titel heb ik al: "Volgens Johan". Het gaat dus vooral over mijn mening over leiderschap, over hoe je altijd congruent moet zijn met je organisatie en de uitgangspunten van ervan. Daarvoor is het nodig dat elke medewerker jouw keuzes begrijpt. Wees daarom open en transparant, hang voor mijn part je keuzes op in de kantine; dan zijn ze zichtbaar en ben je ook kwetsbaar. Dat laatste is cruciaal in het proces van begrip en 100% commitment krijgen.

Wie is uw idool?

Nelson Mandela. Ik voel mij een bevoorrecht mens omdat ik hem nog heb gezien tijdens de finale van het WK-voetbal in 2010, zijn laatste publieke optreden. Als fan van het Nederlands Elftal bezochten wij toen in Zuid-Afrika een aantal wedstrijden van Oranje en hebben we een uitstapje naar Robbeneiland gemaakt. Daar hebben we gesproken met mede-gevangenen van Mandela, over hun motivaties waarom ze toen in opstand kwamen. Ondanks het feit dat die mensen alles in hun leven hebben verloren, zouden ze nu opnieuw dezelfde keuze maken, zeiden ze. Voor mij zijn dit de mensen die de wereld een stukje beter maken. Ten opzichte van hen voel ik mij erg nederig.

Werken tot 67 jaar; een kwelling of een voorrecht?

Dat laatste! Het ergert mij dat werken vaak als een plicht wordt gezien, als iets dat moet, terwijl het juist zo leuk en cruciaal is. Want door je werk ben je onderdeel van de samenleving, ontmoet je mensen, verleg je je grenzen, raak je geïnspireerd. Ik hoop door te werken tot mijn dood.

Met wie wilt u graag een beschuitje eten?

Met Fidel Castro. En dan wil ik hem vooral horen praten. Ik heb ooit Spaans gestudeerd en tijdens deze lessen luisterden wij regelmatig naar speeches. Toen Castro voorbijkwam, smulde ik van zijn dictie, van de manier waarop hij allerlei zinnen met elkaar verbond en

"Ik ga inderdaad een boek schrijven; daar heb ik nu tijd voor. Het onderwerp is leiderschap en integriteit. De titel heb ik al: 'Volgens Johan'."

uitsprak. Zuid-Amerikanen praten op een andere manier Spaans dan Spanjaarden. Simpler, in ieder geval voor mij. Bovendien heeft Castro in Cuba toch een intrigerende samenleving gerealiseerd. Eén die niet altijd terecht als negatief wordt beoordeeld.

Wat is uw grootste talent?

Mijn veelzijdigheid, maar ook het feit dat ik keuzes maak en mij daar aan committeer. In tegenstelling tot andere CEO's maakte ik niet altijd werkweken van 70-80 uur. Los van het feit dat je je dan blijkbaar als onmisbaar beschouwt, holt je productiviteit achteruit en raak je de balans met je privé kwijt. Ik repeteer elke donderdagavond met een big band, daar hielden we bij Movares dus rekening mee. Ik wens iedereen dit soort duidelijkheid toe. Het maakt het leven – zeker je eigen leven – een stuk overzichtelijker.

Wat is uw valkuil?

Mijn bescheidenheid. Hoewel ik scherpe ideeën heb over de samenleving en over leiderschap – en ze ook regelmatig uit – dring ik ze nooit bij anderen op. Integendeel; ik luister en respecteer elke afwijkende gedachte of opvatting, in de verwachting dat anderen dit ook bij mij doen. Ik merk echter dat deze opvatting niet altijd overkomt als "sterk" en "daadkrachtig". Tegelijkertijd realiseer ik mij dat mijn overtuiging weliswaar door velen wordt omarmd maar in de praktijk toch vaak op weerstand stuit. We houden vast aan tradities, aan schijnbare zekerheden. In die zin heeft de crisis ons denken en ons doen te weinig veranderd. Ik had er meer van verwacht.

Wat is uw favoriete muziekstuk?

Als trompettist in een big band heb ik een voorkeur voor jazz. Maar ik houd ook van klassieke muziek en zelfs van André Hazes. Als ik toch een lied moet kiezen, dan is dat "You 'll never walk alone". Los van dat het een prachtig nummer is, verbreedert het ook. En zeker als het uit de kelen komt van tienduizenden mensen, zoals in Liverpool, bij de plaatselijke voetbalclub of tijdens het festival Amezinge Eindhoven. Van dat meezingen word ik ontzettend vrolijk.

Wie verdient er een lintje?

Ik stel de vraag liever andersom: wie verdient er geen lintje? Het gros van de mensen die nu worden gedecoreerd, hebben daar volgens mij geen recht op. Dat zijn vaak Kamerleden of BN'ers; die hebben een hoog inkomen en een goede positie, waarom zou je hen extra eren? Geef een lintje aan al die vrijwilligers die onbaatzuchtig een bijdrage leveren aan de maatschappij, zoals de man die al decennia de lijnen kalkt van de plaatselijke voetbalclub of de vrouw die ouderen helpt met boodschappen doen. Zij verdienen het!

Wat wilt u over vijf jaar bereikt hebben?

Dan moet ik in ieder geval dat boek hebben geschreven. Daarnaast hoop ik bij mensen en bedrijven een transitie te hebben gerealiseerd, waarbij ons denken en doen minder wordt gedomineerd door alsmaar terugkerende winst- en verliescijfers. ■



Van den Pol Elektrotechniek wil alleen enthousiaste klanten

Drukker dan ooit met duurzaamheid

Duurzaamheid en slimme techniek staan in het middelpunt van de belangstelling. Van den Pol Elektrotechniek ziet de impact van haar vak steeds verder toenemen. Daarbij legt het Montfoortse familiebedrijf de lat hoog: “We streven niet meer naar tevreden klanten maar gaan een stap verder. Alles is gericht op enthousiaste opdrachtgevers. Klanten die ons vaker inzetten, ambassadeurs die Van den Pol aanbevelen bij anderen.”

In tachtig jaar ontwikkelde Van den Pol Elektrotechniek zich van dorpsinstallateur tot hightechbedrijf. “Al die jaren leven wij van verandering,” aldus directeur Wim van den Pol. “Het zoeken naar mogelijkheden om

beter, slimmer en efficiënter te werken zit in de genen van dit bedrijf.”

Een jubileumfeest in Het Spoorweg-museum op 14 april vormt een passend slotakkoord van het tachtigjarig bestaan. “Deze bijzon-

dere mijlpaal vieren we samen met veel opdrachtgevers. Zij hebben ervoor gezorgd dat wij ook in economisch moeilijke jaren succesvol hebben kunnen ondernemen. Onze organisatie is zelfs sterker uit deze periode gekomen. Dit fundament geeft veel vertrouwen voor de toekomst.”

App wijst de weg

In die toekomst wint slimme techniek op tal van fronten terrein. “Steeds meer sensoren in gebouwen registreren, communiceren en sturen processen aan. Voor ons werk wordt ICT alsmat belangrijker. Dat wordt versterkt door de toenemende integratie van consumentenelektronica en professionele toepassingen.” Goed voorbeeld is NoMA House, een kantoor in aanbouw aan de Amsterdamse

Zuidas waar Van den Pol de E-installaties aanlegt. “Toekomstige gebruikers krijgen een applicatie op hun smartphone. Die wijst bij binnenkomst de weg naar een vrije werkplek. Ook kent de app ieders voorkeuren op het gebied van klimaat, verlichting en bereikbaarheid. De werkomgeving wordt automatisch aangepast. De app zorgt er ook voor dat schoonmakers weten welke niet-gebruikte ruimtes ze kunnen overslaan. Dergelijke innovatieve technologie heeft veel impact op ons vak.”

Sleutelrol voor Green Team

Als familiebedrijf is Van den Pol niet gericht op het komende kwartaal maar op de volgende generatie. “Verantwoord omgaan met beschikbare energie hoort daar als vanzelfsprekend bij. Al jaren zijn we de meest duurzame E-installateur van Nederland. Dat werd recent benadrukt door het bereiken van het hoogste niveau van de CO2-Prestatieladder. Wij adviseren klanten proactief over verduurzaming. Ons Green Team speelt daarbij een sleutelrol. Dit team ondersteunt opdrachtgevers in brede zin bij de verduurzaming van hun huisvesting. En zij hebben het drukker dan ooit.”

Geen energierekening meer

Van den Pol ziet op tal van fronten verduurzaming versnellen. “Het gaat nu echt de goede kant op. Nieuwe oplossingen dienen zich aan, bestaande nemen een grote vlucht. Eerder dan we denken zal nul op de meter vanzelfsprekend zijn. En zullen we het vreemd vinden maandelijks een forse energierekening te betalen. Daar leveren wij graag een bijdrage aan.” In toenemende mate is daarbij ook sprake van een financiële component. “Wij kennen alle ins en outs van installaties, hun rendement en de benodigde investeringen. Als gezond bedrijf kan en wil Van den Pol financieel participeren in verduurzaming bij onze klanten. Bijvoorbeeld via ESCo's waarvan de eerste binnenkort starten.”

Eenvoudige keuze

ESCo staat voor Energy Service Company. “Hierbij besteedt de gebruiker aanleg, financiering en onderhoud van een duurzame energievoorziening uit. Kiest een klant voor een ESCo dan zorgen wij via ons Green Team voor de aanleg van zonnepanelen, LED-verlichting of voor optimalisatie door meten, schakelen en regelen. Ook nemen wij onderhoud en financiering op ons. De klant



App wijst gebruikers de weg in NoMA House (beeld met dank aan NoMA House VOF).

betaalt alleen een periodieke vergoeding voor het gebruik van een installatie.”

Met een ESCo kan het financieel al aantrekkelijk zijn om een verduurzamingslag te maken vóór het technisch vervangingsmoment van een installatie. “Door subsidie voor aanleg van een PV-systeem levert het soms zelfs jaarlijks netto een aanzienlijk bedrag op. Je krijgt dus geld toe. Dan is de keuze al helemaal eenvoudig.”

Ambitieuze doelstelling

Door de geschetste ontwikkelingen neemt het belang van elektrotechniek in gebouwen steeds verder toe. “Ook onze impact wordt groter,” weet Van den Pol. “Van oudsher zijn we doeners; we maken iets, realiseren concrete technische oplossingen die werken. In toenemende mate komt daar nu een adviesrol bij. We worden als vraagbaak gezien voor nieuwe technieken. Ook geven klanten in plaats van een gedetailleerd bestek steeds vaker alleen wensen en doelstellingen aan. Vervolgens is het aan ons om naar eigen inzicht met de beste oplossing te komen. Hierdoor komt onze ervaring en vakkennis optimaal tot zijn recht.”

Daarbij legt Van den Pol de lat hoog. “We streven niet meer naar tevreden klanten maar gaan een stap verder. Alles is gericht op enthousiaste opdrachtgevers. Klanten die ons

vaker inzetten, ambassadeurs die Van den Pol aanbevelen bij anderen.” ■

Van den Pol Elektrotechniek b.v.

T 0348-473434 - info@vandenpol.com

www.vandenpol.com

OOG VOOR JONG TALENT

Van den Pol richt zich op de zakelijke markt met vier activiteiten: elektrotechniek, industriële automatisering, beveiliging en ICT-netwerken voor de markten utiliteitsbouw, retail, woningbouw, industrie en gebouwbeheer. Er werken 250 mensen. “Instroom van jong talent is een belangrijk aandachtsveld voor bedrijven zoals wij,” zegt Wim van den Pol. “Er is al jarenlang een tekort aan vakkrachten in de techniek. Om te zorgen voor voldoende instroom blijven we investeren in de opleiding van jonge mensen.” Van den Pol is meermaals uitgeroepen tot beste technisch leerbedrijf. Door de jaren heen zijn er honderden jongeren opgeleid. “Deze nieuwe vakkrachten zijn hard nodig om onze rol te kunnen blijven vervullen. Daarom roep ik jongeren met nadruk op: kies voor techniek. Dan ben je verzekerd van een prima toekomst in een vak dat continu in bewerking is. De traditionele E-monteur blijft nodig maar wordt schaarser. Voor onze mensen zijn ICT en domotica de gewoonte zaak van de wereld.”

TechniekTalent.nu verbindt jongeren, techniek en technische bedrijven

“Hoe vroeg moet je ‘s ochtends beginnen”?

Lang lag de nadruk op onze diensteneconomie. “Gelukkig neemt het besef toe dat Nederland niet zonder techniek kan,” zegt Chris van Bokkum, directeur van TechniekTalent.nu. “En dus ook niet zonder goed opgeleid technisch personeel op alle niveaus. Mensen die iets bedenken én mensen die dit kunnen maken.” Om de dreigende tekorten het hoofd te bieden, verbindt TechniekTalent.nu partijen die zich sterk maken voor instroom en behoud van technisch talent.

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE TECHNIEKBEELDBANK.NU



TechniekTalent.nu is een samenwerkingsverband van technische sectoren (45.000 bedrijven; 900.000 werknemers) in opdracht van werknemers- en werkgeversorganisaties. Directeur Chris van Bokkum was jarenlang lid van het managementteam van FNV Bondgenoten voor hij in 2011 aantrad als directeur van TechniekTalent.nu. “Voorheen waren deelsectoren ieder voor zich bezig om de instroom van jonge mensen te bevorderen. Scholen werden bestookt met informatie en lesprogramma’s; ze zagen door de bomen het bos niet meer. TechniekTalent.nu bundelt krachten, kennis en ervaringen. Daardoor kunnen we de boodschap veel beter voor het voetlicht brengen.”

Te laat

Uit onderzoek blijkt dat 87% van alle jongeren te interesseren is voor techniek. “Hierbij zijn er verschillende *triggers*, waarbij het sociale aspect het belangrijkste is. Om de latente interesse aan te wakkeren, blijken grootschalige mediacampagnes niet het juiste middel. Het gaat erom gedrag te veranderen. Daarom willen we zichtbaar zijn voor jongeren als zich een keuzemoment voordoet.” Basisscholen zijn daarbij cruciaal. “Tussen het 7^e en 14^e levensjaar wordt vaak de richting van een beroepskeuze bepaald. Meestal vanuit een ruime interesse – ‘ik wil iets met dieren doen’ – die later specifieker wordt. Op dat moment moeten we laten zien wat techniek inhoudt en wat je er mee kunt. Mis je deze gelegenheid dan ben je vaak te laat.”

Ambassadeurs en Vakkanjers

De inzet van TechniekCoaches – ervaren mensen uit de praktijk – speelt een belangrijke rol bij het verankeren van techniek in het basisonderwijs. “Dat doen zij niet



door voor de klas te vertellen over hun vak. Zo'n aanpak blijkt niet te werken. Kinderen vinden het wel interessant maar het leidt niet tot de beoogde gedragsverandering. Onze TechniekCoaches 2.0 begeleiden daarom schooldirecties en leerkrachten van basisscholen bij het verwerven van techniek in verschillende vakken." Door techniek in een context te tonen, gaat het leven. "Je maakt kinderen op een

"Word lid van een TechNetkring, bied stageplaatsen en organiseer open dagen."

natuurlijke manier duidelijk hoe belangrijk techniek is en waar het allemaal een rol bij speelt. Docenten hoeven hiervoor geen affiniteit met techniek of diepgaande technische kennis te hebben. Het gaat om de juiste benadering en vooral het stellen van de juiste vragen. TechniekTalent.nu ondersteunt daarbij met programma's en projecten." Ook rolmodellen helpen om leerlingen enthousiast te maken. "Daarom hebben we

Ambassadeurs van de Techniek ingezet; jongeren onder de dertig met een technisch beroep die hun ervaringen delen op scholen. Omdat zij dicht bij de leerlingen staan, krijgen ze hele praktische vragen. Zoals: 'Hoe vroeg moet je 's ochtends beginnen?' Of: 'Wat verdien je?' Vragen die dus belangrijk zijn voor jongeren om een tot een beroepsbeeld en keuze te komen. Ander initiatief is de jaarlijkse competitie voor Vakkanjers. Hiermee geven we technisch talent op vmbo en mbo een podium. Het is belangrijk om jongeren die gekozen hebben voor techniek in hun keuze te bevestigen."

TechNetkringen

Hebben jongeren eenmaal gekozen voor een technische opleiding dan is het zaak dat de daar overgedragen kennis en vaardigheden aansluiten bij de praktijk. "Hier is nog veel te winnen. Scholen hebben moeite om de steeds snellere technische ontwikkelingen bij te benen." De TechNetkringen kunnen daarbij helpen. "Zo'n kring bestaat uit minstens acht bedrijven en een (v)mbo-school die intensief contact onderhouden. De input van bedrijven kan bijdragen aan aansprekend, up-to-date technisch onderwijs. En leerlingen kunnen zich via de aangesloten bedrijven oriënteren op een loopbaan in de techniek." Er zijn op dit moment ruim 150 TechNetkringen. Zij worden door

TechniekTalent.nu met raad en daad terzijde gestaan. "Ook een actieve opstelling van de lokale overheden is een belangrijke succesfactor," weet Van Bokkum. "Als zij het belang van een TechNetkring inzien en het initiatief ondersteunen, neemt de impact verder toe. Dit gebeurt helaas nog te weinig."

Lange adem

Als iemand op de basisschool gegrepen wordt door techniek, duurt het nog jaren voordat hij of zij beschikbaar is op de arbeidsmarkt. "Onze inspanningen vergen een lange adem. Maar doen we als sector niets dan verdwijnt techniek van het netvlies. De concurrentie neemt toe; steeds meer partijen trekken aan jongeren. Dus elke generatie moet opnieuw overtuigd worden van de veelzijdigheid en het perspectief van techniek."

Daarbij benadrukt Van Bokkum de eigen verantwoordelijkheid van ondernemers. "Los van onze ondersteuning en inspanningen; uiteindelijk is het hun bedrijf en moeten zij het zelf doen. Dus blijf als technisch bedrijf niet aan de zijlijn staan maar stel je actief op. Word lid van een TechNetkring, bied stageplaatsen en organiseer open dagen. Zorg dat jongeren je weten te vinden en profileer je als aantrekkelijke werkgever. Dan zijn bedrijven ook in toekomst verzekerd van voldoende talent." ■

MEER DAN DUIZEND WOORDEN

Techniek is volgens Chris van Bokkum breed en veelomvattend. "Maar daardoor ook onzichtbaar. Jongeren hebben vaak geen idee bij welke functies en specialismen techniek een rol speelt. De Techniek-Beeldbank maakt dit letterlijk zichtbaar. Die bevat een groeiend aantal foto's – op dit moment al 1.500 – van jonge mensen die leren en werken in de techniek anno nu. Onderwijsinstellingen, bedrijven, media en communicatiebureaus kunnen deze beelden rechtenvrij gebruiken. Elke geplaatste foto draagt bij aan de zichtbaarheid en het eigentijdse imago van techniek. Om duidelijk te maken dat de TechniekBeeldbank van de sector is, hebben we deze ondergebracht in een afzonderlijke stichting. Doelstelling is om onderhoud en uitbreiding ervan met crowdfunding te borgen."

Het kantoor: einde verhaal?

De effecten van de digitale revolutie die zich de afgelopen jaren heeft voltrokken, kunnen eigenlijk in één woord worden samengevat: "verstoring". De opkomst van het internet en de daaraan gekoppelde geavanceerde technologieën hebben ervoor gezorgd dat ondernemingen en particulieren een compleet nieuwe manier van leven en opereren hebben kunnen aannemen. Daarbij zijn de praktijken die niet meer relevant zijn geheel verworpen, dan wel opnieuw gedefinieerd.



Verstoring is de reden waarom we nu taxi's (Uber) via onze smartphone bestellen, online shoppen in plaats van in fysieke winkels, en waarom beursgenoteerde ondernemingen die miljarden waard zijn, omvergeworpen kunnen worden door een startup die vanuit een garagebox opereert. Met al die versturende toestanden zijn stoutmoedige techies – de ontdekkingsreizigers van vandaag – continu op zoek naar de allernieuwste innovatie die de dagelijkse ergernissen kan wegnemen. En de pijlen zijn nu gericht op de werkomgeving.

Rol wordt flexibeler

Tot voor kort was het antwoord op die vraag: ondernemingen en organisaties hebben behoefte aan een vaste, fysieke plek waar de medewerkers met elkaar kunnen samenwerken en communiceren om problemen op te lossen. En natuurlijk mogen we de gigantische hoeveelheid opgeslagen al of niet bedrijfskritische informatie niet vergeten: kasten, kamers, kelders en zolders volgestouwd met dossiers die alleen fysiek, in persoon kunnen worden geraadpleegd. In de hedendaagse maatschappij is alles met elkaar verbonden (*the internet of*

things groeit), en heeft het kantoor nog steeds bestaansrecht. Maar als het gaat om het faciliteren van business wordt de rol van een fysieke werkomgeving flexibeler. Voor de eerste keer in de geschiedenis van het ondernemen kunnen medewerkers op afstand, gebruik makend van de cloud

"De pijlen zijn nu gericht op de werkomgeving."

infrastructuur en snel breedband internet, thuis, onderweg of op de derde werkplek net zo "aanwezig" zijn als degenen die op kantoor zitten. En ineens kunnen de tijd en kosten van woon-werkverkeer drastisch worden verlaagd.

Lager salaris

En wees eerlijk: zou het niet fantastisch zijn als je alleen naar kantoor zou hoeven

gaan als dat echt nodig was? Het mondiale medewerkerspotentieel heeft zijn keuze al gemaakt. Volgens statistische gegevens over 2014 maakt 20% van de medewerkers wereldwijd al gebruik van telecommuting. Uit dat zelfde onderzoek is gebleken dat 64% van de medewerkers een lager salaris zou accepteren in ruil voor de mogelijkheid om vanuit huis te werken.

Geen luie stoel

Alles goed en wel, maar de luie stoel thuis is niet bepaald het kantoor van de toekomst. Het traditionele kantoor heeft zijn minpunten, maar ook veel pluspunten: van zakelijke voordelen zoals de mogelijkheid om efficiënt deel te nemen aan groepswerk, tot persoonlijke voordelen als het voorkomen van gevoelens van eenzaamheid en vervreemding. Bovendien (en dat klinkt misschien ouderwets) is er wel iets te zeggen voor spontane samenwerking "bij de koffiemachine" die plaatsvindt buiten de formele ontmoetingsplekken. Feitelijk geven veel zogenoemde "afstandswerkers" toe dat hun nieuwe manier van werken goed is – tot een bepaald punt. Ze hebben nog steeds



behoefte aan menselijke, face-to-face contacten om optimaal te kunnen presteren.

Grote uitdaging

Moderne kantoren moeten het midden houden tussen de traditionele en de externe werkplekken. Het kantoor van de toekomst moet een omgeving cultiveren waar mensen naartoe willen komen, en design gebruiken om ruimtes te creëren waar mensen samen kunnen werken en gelukkig, productief en waardeverhogend kunnen zijn.

De werkplek zoals wij die kennen, staat voor een grote uitdaging: organisaties moeten een manier vinden om tegemoet te komen aan de wensen van de medewerkers om op afstand te werken, en tegelijkertijd een omgeving te bieden die samenwerken faciliteert en stimuleert, net zoals een traditioneel kantoor dat doet.

Slimme combinaties

Een interessante oplossing voor dit probleem ontwikkelt zich in een Amerikaans netwerk van samenwerkingsplekken genaamd Impact Hubs. Met 73 locaties in 49 landen wereldwijd vormen Impact

Hubs open, gedeelde ruimtes waar zowel grote ondernemingen als mkb'ers kleine, super-lokale teams bij elkaar kunnen laten komen om persoonlijk zaken te bespreken. Impact Hubs zijn slimme combinaties van werken op afstand en georganiseerde werkplekken. Het doel van het Impact

“Ik weet niet zeker of het kantoor van de toekomst wel een kantoor is”

Hub-netwerk is organisaties samen te brengen met een maatschappelijke agenda. Maar je kunt het concept als grote organisatie ook verder uitwerken; denk bijvoorbeeld aan het exploiteren van eigen koffiecafés in elke provincie. De directeur van Impact Hub hierover: “Ik weet niet zeker of het kantoor van de toekomst wel een kantoor is.” Hij wijst op het mogelijke

alternatief: zijn moderne, multifunctionele werkomgevingen die vergaderzalen, sociale ruimtes en onafhankelijke werkplekken combineren. De geografisch verspreide locaties maken ook deel uit van het concept. Zoals één van de huurders van een Impact Hub-locatie zei: “De toekomst van de business is om overal lokaal aanwezig te zijn.”

Top van de ijsberg

Dankzij de technologie zijn geëvolueerde werkomgevingen als Impact Hubs nu mogelijk, en deze maken het gemakkelijker dan ooit tevoren om een deel van ons leven te veranderen dat dringend behoefte heeft aan ontworpen. Het kantoor van de toekomst is slechts een volgende trede op de trap naar het digitale tijdperk. Het concept van Impact Hub is slechts het topje van de ijsberg. De dynamiek van het kantoor verandert met de dag, zelfs wanneer die veranderingen minder dramatische vormen aannemen dan wanneer alle medewerkers op afstand werken. ■

Financiering nieuwbouw start partnership KWR en Rabobank Utrecht

Huisvesting als duurzame drie-eenheid

In de onderzoeksvisie van KWR is duurzaamheid een van de leidende principes. Ook bij de nieuwe huisvesting vormt duurzaamheid een belangrijke drijfveer. Het transparante gebouw blijkt een ideale habitat voor samenwerking en het delen van kennis. De financiering van de huisvesting vormde de opmaat voor een intensieve samenwerking tussen KWR en Rabobank Utrecht.

KWR – voluit KWR Watercycle Research Institute – is eigendom van de tien Nederlandse waterbedrijven. “De historie van deze organisatie gaat meer dan veertig jaar terug,” zegt directeur Wim van Vierssen. “Vast element bij onze activiteiten is een collectief onderzoeksprogramma in opdracht van deze waterbedrijven. Spoorwerk, werd dat in de beginjaren letterlijk genoemd. Het maakt ongeveer een derde van onze inkomsten uit. De resterende omzet verkrijgen we door opdrachten in Nederland – met de Topsector Water als belangrijke *driver* – en steeds vaker internationaal.”

Drie-eenheid

KWR creëert kennis via hoogwaardig onderzoek. Door bruggen te slaan tussen wetenschap, bedrijfsleven en maatschappij

brengt het publieke en commerciële partijen bij elkaar. In samenspraak met deze partners ontwikkelt KWR oplossingen voor uiteenlopende watervraagstukken in binnen- en buitenland. Dit leidt tot technologische innovaties, maar zeker ook maatschappelijke; een onderdeel van de missie van KWR. Om deze missie optimaal te kunnen vervullen, voldeed de bestaande huisvesting niet meer. “De indeling was gedateerd, het gebouw allesbehalve duurzaam. Bij het ontwerp van het nieuwe kantoor is functionaliteit als uitgangspunt genomen. Gebouw, activiteiten en mensen moesten in elkaar grijpen, een drie-eenheid vormen.”

Eén meter kastruimte

De medewerkers zijn van begin af aan intensief bij de plannen betrokken. “Zij

konden een voorkeur uitspreken voor een ontwerp. Ook hebben medewerkers volop meegedraaid in de ontwerpteams voor de laboratoria, een cruciale voorziening voor ons werk.” Deze laboratoria voor chemisch en microbiologisch onderzoek zijn op de eerste verdieping van de nieuwbouw gesitueerd. Werk- en vergadervoorzieningen bevinden zich in het atrium en op de benedenverdieping. “In vlekkenkantoren hebben de KWR-onderzoekers geen vaste plek. En iedereen – ook ik – moet het doen met één meter kastruimte.” Het centrale deel van het gebouw is bij uitstek een plek voor ontmoetingen. “Bij vrijwel al onze activiteiten is sprake van samenwerking. Bij een wat groter internationaal project zijn al gauw 25 verschillende partijen betrokken. Veel partners en collega’s uit binnen- en buitenland vergaderen hier.” Naast de fysieke nieuwe huisvesting was ook sprake van digitale nieuwbouw. “De ICT-voorzieningen zijn volledig nieuw gestructureerd. Kennis is nu optimaal ontsloten en ook toegankelijk voor onze partners.”

Duurzame drijfveren

De nieuwbouw vormde het begin van de samenwerking tussen KWR en Rabobank Utrecht. “Daarbij was onze insteek van begin af aan, verder te kijken dan de financiering alleen,” vertelt relatiemanager Corporate Banking Maruan Sadek. “De

FORS BESPAREN OP ENERGIE EN WATER

De nieuwe KWR-huisvesting telt tal van duurzame oplossingen. Zoals een zonneboiler, LED-verlichting, zonnepanelen, energiezuinige apparatuur, een begroeid dak en een systeem voor warmte/koudeopslag (WKO). Dit alles moet er voor zorgen dat het energieverbruik met 65 procent vermindert.

In het gebouw wordt – uiteraard – ook fors op water bespaard. Door hergebruik van proceswater en waterbesparende toiletten is 25 procent minder water nodig. Er wordt 60 procent minder water op het riool geloosd. Ook bij de materiaalkeuze staat duurzaamheid voorop. En de flexibele en demontabele inrichting zorgt ervoor dat de KWR-nieuwbouw kan meebewegen met de organisatie.



Wim van Vierssen en Maruan Sadek

grote ambities van KWR op het gebied van duurzaamheid boden daarbij veel aanknopingspunten. Het bleek mogelijk om een deel van de benodigde middelen via Groenfinanciering van Rabo Groen Bank te verkrijgen. Dit leidt tot een lager rentetarief. De maatregelen (zie kader) zijn zodanig dat aan de voorwaarden voor het benodigde groencertificaat is voldaan.” Beide organisaties delen hun duurzame drijfveren. “Allebei dragen we *sustainability* en MVO een warm hart toe. Zo is Rabobank in Nederland de grootste financier van windmolens en energiebesparende woningen. Zelf zitten we 100% op groene stroom en hebben als Rabo Utrecht onze *footprint* qua papier-, water- en energiegebruik sterk gereduceerd. Mede daarom ben ik blij dat wij inmiddels ook de rol van huisbankier bij KWR mogen vervullen.”

Zwaar bouwteam

“Doel was om een hoogwaardig, duurzaam gebouw te realiseren,” aldus Van Vierssen. “Tegelijkertijd wilden we onder de marktconforme kostprijs uitkomen. Dat is gelukt. Er staat een prachtig pand voor een hele redelijke investering.” De droom van elke opdrachtgever. Wat is het ei van Columbus? “Rabobank is een strenge maar coöperatieve financier. Hun zakelijke opstelling heeft ons geholpen om scherp op de kosten te blijven sturen. Cruciaal was het zware bouwteam

met vanuit de raad van commissarissen specialistische inbreng over financiën, bouw en installatietechniek. Samen zaten we bovenop alle keuzes en is het hele proces tot in detail gevolgd.”

Verstandig besluit

De verhuizing naar de nieuwe huisvesting vond plaats rond de jaarwisseling 2014-2015. “Onderzoek laat zien dat de productiviteit daarna echt een sprong heeft gemaakt. Door de transparante indeling wordt kennis hier gemakkelijk gedeeld. Ik merk dat ik veel minder afspraken plan of mails verstuur. Ik loop gewoon even naar iemand toe.”

Ook over het financiële traject rond de nieuwbouw oordeelt Van Vierssen positief. “Het was uiteindelijk een verstandig besluit om voor de nieuwe huisvesting niet aan te kloppen bij onze aandeelhouders. Door met ondersteuning van Rabobank zelf te investeren, houden we nu de eigen broek op. Het draagt er eveneens toe bij dat het echt voelt als ons pand, in vele opzichten. Dat heeft een positieve invloed op de organisatie.”

In elkaars huid

Het nieuwe gebouw is volgens Van Vierssen de eerste echt substantiële investering in harde infra ooit van KWR. “Mede door de interactie met de Rabobank bij dit traject denken we nu ook steeds meer na over

mogelijke financieringsvormen bij onze projecten. Dat is nodig, willen we de positie als prominente speler in de Topsector Water optimaal laten renderen. We begeven ons geregeld in nichemarkten – denk aan ondergrondse waterbergingen – waarbij de inzet van bewezen technologie leidt tot sluitende business cases. Toch blijkt het niet eenvoudig om daar passende financiële constructies voor te vinden. Dat zal deels liggen aan onze onbekendheid met de financiële materie, terwijl omgekeerd voor geldverstrekkers dergelijke projecten wellicht lastig te doorgronden zijn. Voor beide is het onderwerp nieuw, maar ik weet zeker dat er voor allebei grote kansen liggen. Het kan helpen als het lukt om in elkaars huid te kruipen. Ik acht Rabobank daartoe zeker in staat.”

“KWR is een hybride organisatie die vanuit een van origine publieke rol op nieuwe onderwerpen steeds verder richting profitbedrijf opschuift,” stelt Sadek. “De bank ondersteunt graag bij dat proces. Wij helpen om zaken bedrijfseconomisch en financieel nog scherper te krijgen, uiteraard met oog voor de eigenheid van KWR. Rabobank heeft een groot netwerk waarmee we als financieel regisseur klanten ook helpen bij het aanboren van alternatieve financieringsbronnen zoals crowdfunding, overheidsgaranties, groenfinanciering en private equity. Dat netwerk kan ook voor KWR zeker van waarde zijn.” ■



'Ontwikkeling techniek sneller dan kennisontwikkeling'

Wie zijn de professionals van de toekomst?

Technologische ontwikkelingen gaan snel, met grote gevolgen voor de huidige en toekomstige arbeidsmarkt. Naar verwachting verdwijnen de komende vijf jaar wereldwijd maar liefst vijf miljoen banen door ontwikkelingen als robotisering, kunstmatige intelligentie en 3D-printers. Technisch personeel en onderwijs moeten mee in deze ontwikkelingen, maar dit gebeurt nog onvoldoende. Hoe spelen de verschillende sectoren in de technische branches hier op in en hoe ziet de toekomst eruit?

TEKST KOEN VAN VEEN

Het verlies van arbeidsplaatsen door technologische ontwikkelingen wordt deels gecompenseerd door naar verwachting 2,1 miljoen nieuwe banen op het gebied van automatisering en techniek. Ook huidige functieprofielen veranderen door de invloed van deze ontwikkelingen. Met het oog op het naderende tekort van 155.000 technici in 2016 is dit onderwerp voor de technische industrie actueler en urgenter dan ooit. “Eigenlijk zien we twee dingen gebeuren,” verklaart Inge Schwartz, domeinmanager Human Capital Agenda bij de Economic Board Utrecht, de prangende situatie. “Allereerst veranderen de banen op de arbeidsmarkt. Bestaand personeel heeft om-, her- en bijscholing nodig om mee te kunnen blijven draaien als professional. Daarnaast zie je een kloof tussen onderwijs en arbeidsmarkt. Opleidingen en vacatures lijken niet op elkaar aan te sluiten en daarbovenop komt nog het tekort aan studenten die voor techniek en ICT kiezen. Dat er een probleem is, is overduidelijk.”

ICT Lab Utrecht

Een sector waar de veranderingen elkaar in rap tempo opvolgen, is de ICT-branche. “Techniek en ICT raken steeds meer met elkaar verweven; in elke tak van techniek is ICT nodig,” zegt Gerrit Valkenburg, secretaris van ICT Valley. Sven Maltha, partner/directeur van Dialogic haakt hierop in door het toenemend belang van big data te benadrukken. “Alles is hierdoor steeds beter meetbaar en daar doet de technische branche haar voordeel mee.”

“Welk type mens heb je nodig, en welk type werknemer?”

In de snel veranderende technologie ligt volgens Maltha ook de uitdaging voor bedrijfsleven en onderwijs. “Het onderwijs moet flexibeler worden om zo mee te gaan met de ontwikkelingen. Dit moet gevoeld worden vanuit het bedrijfsleven, zodat een goede connectie bestaat tussen wat studenten leren en wat ze moeten toepassen

in hun toekomstige werk. Het is natuurlijk lastig voor onderwijsinstellingen om gelijk complete curricula aan te passen. Maar ze kunnen wel een plek inruimen in het onderwijs voor actuele onderwerpen in het vakgebied.” Dialogic en het ICT College van ROC Midden Nederland starten daarom gezamenlijk het ICT Lab Utrecht. Mbo-studenten krijgen hier de gelegenheid te leren over actuele thema’s en te werken aan concrete projecten, in nauwe samenwerking met bedrijven en instellingen, veelal van buiten de ICT-sector.

“De ontwikkeling van techniek gaat veel sneller dan de kennisontwikkeling in onze branche.”

Duurzaamheid in de bouw

In de bouw komt ook meer aandacht voor automatisering en ICT, maar ligt de focus op dit moment voornamelijk op duurzaamheid. Timo Jansen, directeur van Bouwmensen Amersfoort: “De ontwikkeling van techniek gaat momenteel veel sneller dan de kennisontwikkeling in onze branche. Zowel studenten als huidige werknemers in de bouw moeten getraind worden op het gebied van duurzaamheid. Ze moeten bijvoorbeeld weten hoe ze zonnepanelen leggen of hoe ze een huis op de juiste manier isoleren. Dit hoeven geen tweejarige opleidingen te zijn, maar keuzedelen op het mbo, of cursussen en trainingen naast het werk.” Hiervoor heeft Bouwmensen Amersfoort voor personeel in de bouw het keuzedeel “Duurzaamheid” in het leven geroepen dat dit najaar zal starten. De volgers van dit keuzedeel bezitten hierdoor een extra vaardigheid, wat zorgt voor een grotere baan zekerheid.

Gedeelde verantwoordelijkheid

Schwartz: “Om de kloof tussen onderwijs en arbeidsmarkt te dichten, ligt er een gezamenlijke opgave voor het onderwijs en het bedrijfsleven. Voor een optimale aansluiting zullen beide partijen moeten samenwerken

om te komen tot arbeidsmarkt-relevant onderwijs.” De Economic Board Utrecht treedt hierin op als verbinder en facilitator. Valkenburg beaamt dat de verantwoordelijkheid niet alleen bij het onderwijs ligt, zoals vaak wordt verondersteld. “Het bedrijfsleven moet er juist voor zorgen dat het onderwijs wordt voorzien van de juiste informatie over vacatures en over wat er gevraagd wordt. Alleen op die manier kan het onderwijs de juiste mensen opleiden voor de juiste banen.” Jansen vult aan: “Bedrijven moeten kritisch kijken naar waar ze nu staan, en waar ze in de toekomst willen staan. Welk type mens heb je nodig, en welk type werknemer? Het bedrijfsleven moet blijven investeren in de ontwikkeling van haar personeel en in het opleiden van nieuw personeel.”

Nog niet klaar

Coen Hartman is iemand die behoort tot dat “nieuwe personeel”. De student Middenkader Engineering Industrieel Design ziet dat in zijn opleiding al een grote stap in de goede richting is gezet. “Op school werken we aan projecten waarin we producten ontwikkelen die op de wensen van de klant, in dit geval de docent, gericht zijn. Tijdens mijn stage bij Heijmerink Wagemakers merkte ik dat het daar niet veel anders werkte dan ik op school gewend was.” Hartman merkt wel dat veel verandert in zijn toekomstige werkveld en geeft aan nog niet klaar te zijn met studeren. “Na mijn mbo wil ik op het hbo verdergaan en uiteindelijk zelf een onderneming starten in industrieel design. Ik heb een module ondernemerschap gevolgd en ben daardoor enthousiast geraakt om zelf iets te beginnen.”

TRUCK ACADEMY

Er zijn in Nederland negen Truck Academies op mbo's. Hier kunnen studenten dankzij een samenwerking tussen vrachtwagendealers en onderwijs gebruik maken van up-to-date en relevant les- en leer materiaal. Er vindt hiervoor innig overleg plaats tussen de dealers en het onderwijs. Dit resulteert in beter opgeleide studenten, omdat dankzij de samenwerking duidelijk is wat van de studenten wordt gevraagd zodra ze arbeidsmarkt betreden.



Foto: TechniekBeeldbank.nl

Positief op de kaart

Volgens Hartman kunnen bedrijven techniek aantrekkelijker maken door zich meer te laten zien op scholen, bijvoorbeeld door middel van gastcolleges, uitbesteden van projecten of door voorlichting te geven over het vakgebied. Peter-Paul Steinweg, regiosecretaris van Metaalunie, geeft het goede voorbeeld door ambassadeurs in de regio Utrecht langs te laten gaan bij scholen om jongeren te enthousiasmeren voor de metaalbranche. “We sturen geen CEO’s van grote bedrijven langs die in hun maatpak een presentatie geven over de cijfers van een bedrijf, maar juist jonge enthousiaste medewerkers uit de metaalsector waarmee de jongeren zich kunnen identificeren. Zo krijgen ze een veel beter beeld van het werkveld.”

Rooskleurig

Metaalunie en BOVAG richten zich ook op een betere samenwerking en duidelijke communicatie tussen onderwijs en bedrijfs-

SCHOLINGSPOOLS METAALUNIE

Scholingspools zijn samenwerkingsverbanden van werkgevers in de metaalbewerking, die gezamenlijk de opleiding van leerlingen op zich nemen. Leerlingen volgen een maatwerkprogramma en krijgen, naast de theorieday, een dag per week de gelegenheid voor de beroepspraktijkvorming in de scholingspool (buiten het leerbedrijf).

Dit initiatief werpt zijn vruchten af; 90% van de studenten binnen de scholingspool haalt in één keer en binnen de gestelde tijd het examen. Voordeel voor het bedrijfsleven is dat het voornamelijk gaat om duale studies, waardoor een groot deel van de studenten na hun studie in dienst treedt bij het bedrijf.

leven. Zo wordt vanuit de metaalbranche jaarlijks vijftien tot twintig miljoen euro bijgedragen aan het onderwijs, om het niveau op peil te houden. Dit valt samen met de Scholingspools die zijn opgericht door OOM (het opleidingsfonds) en waarin metaalbedrijven en scholen samen de inhoud van het onderwijs bepalen. “Het niveau van de studenten moet nog steeds omhoog, maar het onderwijs sluit al aardig aan bij de metaalbranche. En het aantal studenten stijgt licht, dus dat ziet er ook rooskleurig uit,” schetst Steinweg de toekomst van de metaalbranche.

BOVAG hanteert hierbij een soortgelijk principe. Met de Truck Academies en de stichting Mobiliteitsleren brengen zij het bedrijfsleven en het onderwijs samen. “Mbo’s vinden het heel plezierig dat ze met bedrijven uit de branche kunnen overleggen over de inhoud van het onderwijs. En daarbij kunnen ze ook gebruik maken van les- en leermiddelen uit de praktijk, wat bijdraagt aan een betere opleiding,” aldus Hylke Warners, senior beleidsmedewerker onderwijs van BOVAG. ■

Rederij Schuttevaer koestert band met de stad

Toeristisch visitekaartje van Utrecht



De rondvaartboten van Rederij Schuttevaer zijn een vertrouwd beeld in de Utrechtse binnenstad. Karel Schuttevaer vertegenwoordigt de derde generatie. “Een oom startte ruim een halve eeuw geleden in Utrecht. Mijn ouders namen de rederij in 1976 over en samen met mijn vrouw sta ik alweer tien jaar aan het roer.” Het maritieme familiebedrijf koestert de sterke band met haar vestigingsplaats.

De stadsrondvaart is een prominent toeristisch visitekaartje. “Wij laten mensen op de mooiste manier kennis maken met Utrecht; vanaf het water,” zegt Karel Schuttevaer.

“Een museum zonder muren, als het ware. De stad biedt veel variatie. Al ben ik duizenden keren door Utrecht gevaren, ik ontdek nog altijd nieuwe dingen.”

De schepen van Schuttevaer varen over Oude-, Nieuwe- en stadsbuitengracht. “We kunnen niet wachten tot de hele singel weer vol water is. Dan worden onze mogelijkheden nog veel groter.” De schepen van Schuttevaer beperken zich niet tot het Utrechtse centrum. Ook rivieren als Kromme Rijn, Vecht en Hollandse IJssel worden bevaren, tot Breukelen en Oudewater aan toe.

Invulling op maat

Ook voor de zakelijke markt zijn er tal van mogelijkheden. “Schepen zijn beschikbaar voor recepties, bedrijfsborrels, feesten en bijeenkomsten. Vaarroute, culinaire en culturele invulling worden op maat samengesteld. Daarbij werken we samen met lokale cateraars, restaurants en musea.” Dat levert concepten op als Smakelijk Varen; voor- en hoofdgerecht worden aan boord geserveerd, het hoofdgerecht in een restaurant. Of Sightseeing Utrecht; een combinatie van rondvaart, lunch en museumbezoek. Door

een samenwerkingsverband met De Lantaern zet Schuttevaer ook de Jonckheer van Jutphaas in, een partyschip met plek voor 150 personen.

Maatschappelijke rol

De rederij is nauw verbonden met Utrecht. “Als de stad investeert in citymarketing, profiteren ook wij daarvan. Zo heeft de Tourstart veel impact; Utrecht wordt steeds drukker, het aantal nationaliteiten stijgt. Op onze beurt promoten wij de stad op beurzen in omliggende landen, de laatste jaren samen met Toerisme Utrecht.”

In de zomer biedt Schuttevaer werk aan vijftig mensen. Door het hele jaar door te varen, draagt de rederij bij aan de populariteit van Utrecht. “Bedrijfseconomisch heeft dat ‘s winters voor ons geen meerwaarde, maar ook dan willen we toeristen een compleet aanbod bieden.” Met de Sinterklaasvaarten ondersteunt Schuttevaer haar maatschappelijke rol. “In december varen schoolkinderen gratis mee. Een jarenlange traditie die wij graag voorzetten.” ■

Voor meer informatie:

Rederij Schuttevaer, T 030-2720111
info@schuttevaer.com, www.schuttevaer.com

BIJZONDERE BIJDRAGE

Een rederij is geen gewoon bedrijf. “Investerings hebben een lange horizon. Een schip bouw je voor vijftig, zestig jaar. Al de helft van onze acht boten is elektrisch aangedreven. Hoe graag wij ook willen, economisch is het simpelweg niet haalbaar om schepen versneld te vervangen. Ik hoop van harte dat Rederij Schuttevaer ook in de toekomst haar bijzondere bijdrage aan de toeristische aantrekkingskracht van Utrecht kan blijven leveren.”

Dat duurzaamheid ook voor vervoer en transport in en om Utrecht al langere tijd op de agenda staat, kan bijna niemand meer zijn ontgaan. De gemeente Utrecht zet daar met het "Actieplan goederenvervoer 2015-2020" nadrukkelijk op in. Samen met het bedrijfsleven streeft de gemeente naar de best mogelijke inpassing van slim, schoon en veilig goederenvervoer in Utrecht.

TEKST MAURICE HENGEVELD
AFBEELDING GETTY IMAGES



Toekomstgericht goederenvervoer in en rond Utrecht

Slimmer, schoner en veiliger

Met als credo "Utrecht maken we samen" nodigt de gemeente daarom ondernemers nadrukkelijk uit om vernieuwende ideeën rond goederenvervoer te delen. De Slinger Utrecht ondersteunt de plannen van harte!

Volop actie

In het actieplan is voor zowel de gemeente Utrecht zelf als voor het bedrijfsleven een prominente rol weggelegd. Dat blijkt inmiddels uit talrijke voorbeelden van innovatie op het gebied van vervoer en transport. Zo wordt met "Zero Emission Stadslogistiek" (ZES) gewerkt aan schonere voertuigen die minder ritten maken in winkel- en verblijfsgebieden. Rond de bouwlogistiek wordt onder andere gekeken naar methodes voor een efficiënte en duurzame aan- en afvoer van bouwmaterialen én bouwvakkers in en rond de stad. Binnen het platform Port of Utrecht (Lage Weide) wordt gewerkt aan duurzaam goederenvervoer door het slim en efficiënt benutten van water en spoor, efficiënter vervoer over de weg en inzet van schone voertuigen.

Ook voor het organiseren van levering van goederen direct bij de consument ligt de inzet op zo min mogelijk ritten door woonwijken, maar wel met gemak en service voor de consument.

Wereld te winnen

Dat rond slim, schoon, veilig en efficiënt vervoer en transport nog een wereld valt te winnen, blijkt onder andere in de bouw. Bouwgerelateerd verkeer zorgt voor dertig procent van de vervoersbewegingen en zelfs voor veertig procent van de uitstoot van schadelijke stoffen; nog los van de overlast voor verkeer en omgeving. Innovatie speelt binnen de plannen een belangrijke rol. Als aansprekend voorbeeld van het terugdringen van het goederenvervoer wordt in het actieplan Local Today vermeld, een nieuw initiatief om lokale producten van een winkelier in de stad binnen twee uur bij de consument thuis te bezorgen met optimaal gebruik van de digitale mogelijkheden. De online bestel- en bezorgdienst zou een pilot willen starten in en rond de Twijnstraat. Jammer

genoeg blijft het – voor zover na te gaan – bij een vermelding in het actieplan. Op internet is Local Today nog niet terug te vinden.

Verbinden

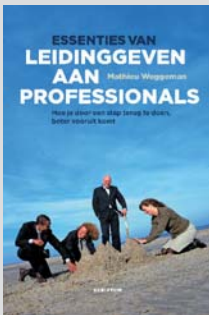
Als verbindend netwerk in de stad ziet ook De Slinger Utrecht het nut en de noodzaak van duurzame en sociale innovatie, nieuwe verdienmodellen en technologische kennis. Naast het vervullen van een van oudsher verbindende rol tussen bedrijven en maatschappelijke initiatieven ligt de focus binnen De Slinger inmiddels ook op het signaleren van trends en ontwikkelingen op het gebied van nieuw ondernemerschap en de inzet op een ambitieuze toekomstagenda voor Utrecht. Ook gekoppeld aan een thema als duurzaam vervoer en transport kan het netwerk van grote waarde zijn voor maatschappelijk betrokken initiatiefnemers op zoek naar verbinding met gevestigde partijen in de stad. ■

LITERATUUR

ESSENTIES VAN LEIDINGGEVEN AAN PROFESSIONALS

Door Mathieu Weggeman

In 2007 schreef Mathieu Weggeman *Leidinggeven aan professionals? Niet doen!*. Deze oproep vond veel weerklank, gezien de bekroning als managementboek van het jaar. In zijn nieuwe boek voegt Weggeman actuele



inzichten toe aan de eerdere uitgave. Heel veel veranderd blijkt er overigens niet. Uitgangspunt is dat 80% van de professionals intrinsiek gemotiveerd is en volgens Weggeman alleen realistische maar uitdagende output-afspraken nodig

heeft. Weinig regels dus, veel ruimte en vertrouwen. Cruciaal is wel dat leidinggevendenden hun – beperkte – rol adequaat invullen. Lukt dat niet dan zijn de gevolgen groot. Op MBA-ers heeft Weggeman het niet. En het Rijnlandse model waarbij het gaat om continuïteit, liefde voor het vak en collectieve ambitie verdient volgens hem verre de voorkeur boven het Anglo-Amerikaanse systeem waar winst en individuele zelfmaximalisatie centraal staan.

184 pag. ISBN 978-90-5594-973-1. € 19,95. Scriptum.

HOW TO BECOME A MARKETING SUPERHERO

Door Martijn van Kesteren

In onze competitieve economie vereist succes volgens Martijn van Kesteren welhaast bovennatuurlijke krachten. Alles draait om marketing. Hoe geweldig een product of dienst ook is, het verkoopt zich nooit vanzelf. Daarvoor zijn marketing superhelden nodig. Of zoals Van Kesteren het noemt: gewone personen die buitengewone dingen doen. In een in toegankelijk Engels geschreven boek beschrijft hij de zes superkrachten die daarvoor nodig zijn. Deze helpen marketeers en ondernemers om de beste versie van zichzelf te worden. Niet alleen zakelijk, ook privé. Maar pas op; al beheers je de theorie, het draait er uiteindelijk om, daadwerkelijk in actie te komen. Want ook dat is het kenmerk van een echte superheld.

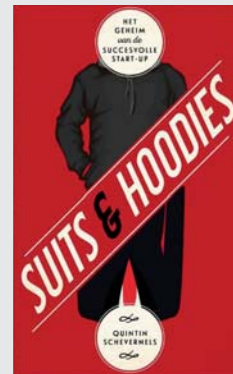
132 pag. ISBN 978-90-8136-124-8. € 20,-. Younique Creations.



SUITS & HOODIES

Door Quintin Schevernels

Startups zijn hot. Menigeeen begint een eigen bedrijf met als droom, de gevestigde orde te doen verbleken. Investeerders speuren naar kansrijke jonge bedrijven en de Startup Delta fungeert als aanjager van vernieuwend ondernemerschap. Succesvolle voorbeelden als



Google en bol.com zijn een lonkend perspectief, maar Quintin Schevernels zet al te naïeve starters met beide benen op de grond. Want slechts een half tot twee procent van alle startups zijn echt succesvol. Schevernels bekleed-

de topfuncties bij VNO Media en Layar en put uit eigen ervaring met zowel startende bedrijven als corporates. *Suits & Hoodies* schetst de verschillen en overeenkomsten tussen beide uitersten. Schevernels ontdekte zeven *essentials* die in beide gevallen de grondslag vormen voor succes.

224 pag. ISBN 978-90-4700-879-8. € 19,99. Business Contact.

HET MERKMENU

Door Paul Kruijssen

Zichtbaarheid is cruciaal voor elke organisatie. De middelen en media die daaraan kunnen bijdragen, zijn de afgelopen tien jaar explosief gestegen. Om door al deze bomen het bos te kunnen blijven onderscheiden, schreef Paul Kruijssen *Het MerkMenu*. Via elf helder geformuleerde stappen helpt het boek om te komen tot een onderscheidende en consistente profilering. Kruijssen's aanpak start met het definiëren van identiteit en imago en leidt uiteindelijk tot een gestructureerde inzet van middelen plus een evaluatie. Hierdoor kan bijgestuurd worden als uitstraling en identiteit niet meer matchen. Centrale rol in het MerkMenu speelt een 'schijf van vier': onderzoeken, ontwikkelen, uitvoeren en monitoren.

174 pag. ISBN 978-90-8965-301-7. € 22,50. Van Duuren Management.



De true colours van Maurits Groen

'De snoepwinkel wordt steeds voller'

Maurits Groen is de éminence grise van duurzaam Nederland. Hij liet Al Gore zijn Inconvenient Truth verkondigen en beïnvloedde daarmee de maatschappelijke opinie over klimaatverandering ingrijpend. Aanvankelijk vooral actief op het gebied van communicatie werd Groen serieondernemer in duurzaamheid. Met zijn netwerk en bevoegenheid geeft hij tal van initiatieven een impuls.

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE ROB OOSTWEGEL

Na een studie politicologie werd Maurits Groen hoofdredacteur en uitgever bij Milieudefensie. ‘Voor duurzaamheid en milieu was destijds amper aandacht. Had je die wel dan werd je als wereldvreemd beschouwd.’ Ondanks de overtuiging dat verandering dringend nodig was, hield Groen (1953) zich verre van provocatie. ‘Alleen maar tegen zaken aanschoppen heeft geen zin. Om een samenleving te veranderen, moet je een positief alternatief bieden en met mensen in verbinding blijven.’ Dat doet Groen sinds 1982 via zijn eigen bureau. Hij adviseerde honderden bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties. ‘Al heb ik een onafhankelijke rol, de intenties – mijn *true colours* – zijn altijd duidelijk; ik wil bijdragen aan structurele verduurzaming.’

Kwantumsprong

Groen ziet een kentering in de aandacht voor het milieu. ‘Belangrijk daarbij is de exponentiële toename van kennis. Op een usb-stick zit nu meer rekencapaciteit dan gebruikt is bij de eerste maanlanding. We weten enorm veel van de planeet en haar toekomst.’ Dit leidde bij de recente klimaatop in Parijs tot een volgens Groen historische mondiale afspraak. ‘Al zal het nog een heel gevecht worden om daar echt uitvoering aan te geven, er is een streep gezet onder het gebruik van fossiele brandstoffen. Dat besluit is genomen op basis van onze kennis over de toekomstige gevolgen voor het milieu, ondanks een machtige tegenlobby. Het is echt een doorbraak, een kwantumsprong.’

Mammoettanker beweegt

Steeds meer partijen trekken zich terug uit fossiele energie. ‘Oliemaatschappijen verliezen beurswaarde. De duurzame energiesector wordt een factor van belang en is in Duitsland al goed voor 380.000 banen. En vertegenwoordigers van de gevestigde orde – banken, energiemaatschappijen – maken statements die eerder voorbehouden waren aan organisaties als Greenpeace of Milieudefensie.’ De mammoettanker beweegt. ‘De eerste centimeters kosten heel veel moeite. Is de kentering eenmaal ingezet dan gaat het steeds sneller.’

Al Gore

Bij de aandacht voor duurzaamheid is agendasetting cruciaal. ‘Schoolvoorbeeld

WONDERLAMP

De WakaWaka is een robuuste LED-lamp die gevoed wordt door een klein zonnepaneel en bij uitstek geschikt is voor gebieden zonder elektriciteit. Groen: ‘Daar worden vaak kerosine-lampen gebruikt: vervuilend, brandgevaarlijk en slecht voor de gezondheid. De WakaWaka is een duurzaam alternatief. Mensen kunnen werken als het donker is en zo hun inkomen vergroten. Ook zijn ze geen geld meer kwijt aan kerosine. Het besteedbaar inkomen stijgt fors. En kinderen kunnen huiswerk maken.’

Via de WakaWaka Foundation zijn al honderdduizenden lampen verspreid. Zo is een school in Kenia voorzien van 800 WakaWaka’s. ‘Bij vergelijkende toetsen was het een gewoon gemiddeld dorpsschooltje. Inmiddels is het de beste school van de regio. Voilà, de enorme impact van een simpel lampje in een notendop.’

is An Inconvenient Truth,’ aldus Groen, die er verantwoordelijk voor was dat boek en film van Al Gore in Nederland verschenen. Hij nam er een tweede hypotheek voor. ‘Ik geloofde heilig in de potentiële impact van Gore’s boodschap.’ Die inschatting bleek juist. ‘Door alle publiciteit rond Gore en zijn visie sloeg de maatschappelijke opinie over klimaatverandering in één klap om. Een grote groep mensen werd zich bewust van het dreigende onheil.’

An Inconvenient Truth deed ook Groen’s ster rijzen. ‘Sinds het bezoek van Gore in 2006 weten mensen mij steeds vaker te vinden. Daardoor is ook mijn impact toegenomen.’ Die wordt benadrukt door de toppositie in de Duurzame Top Honderd die Groen sinds eind 2015 inneemt.

Verbinder

Hield Groen zich aanvankelijk vooral bezig met communicatie en advies, de laatste jaren ligt de nadruk op concrete producten en diensten. ‘De toegenomen kennis zorgt niet alleen voor bewustwording maar stelt ons ook in staat, oplossingen te vinden die bijdragen aan een beter milieu. Bijna dagelijks word ik benaderd met vragen over productie, financiering en marketing van dergelijke initiatieven. Mijn rol is dan die van verbinder. Na bijna veertig jaar beschik ik over een groot netwerk. Dat zet ik graag in om kansrijke ideeën verder te helpen.’

Kippen en douchen

Groen is betrokken bij een groeiende reeks initiatieven. Zoals de WakaWaka (zie kader). En Greenem, een vergelijkings-site die onder meer verbruikskosten en milieu-impact van elektrische apparatuur inzichtelijk maakt.

Met Kipster kunnen diervriendelijk en duurzaam kippen worden gehouden voor eierproductie tegen marktconforme prijzen. Hamwells is een superieur douchesysteem dat ook nog eens 90% water en 80% energie bespaart. ‘Er worden steeds meer oplossingen ontwikkeld die milieuvriendelijke productie en energiebesparing mogelijk maken, en die ook financieel steeds aantrekkelijker worden. Ik ervaar het als een snoepwinkel met symboolproducten die bewijzen dat het beter, duurzamer en voordeliger kan. Deze winkel wordt alsmaar voller.’

Onverklaarbaar kortzichtig

Ondanks alle initiatieven presteert Nederland belabberd op het gebied van duurzame energie. ‘Binnen de EU doet alleen Malta het nog slechter,’ weet Groen. ‘Ik mis visie en verantwoordelijkheid. Al jarenlang is bekend dat ons aardgas rond 2030, 2035 op is. Van enige urgentie bij de ontwikkeling van alternatieven is echter geen sprake. Een onverklaarbare kortzichtigheid met grote gevolgen, zowel economisch als geopolitiek. Zonder alternatieve energie missen we straks niet alleen onze aardgasinkomsten maar wordt Nederland ook afhankelijk van Poetin en het Midden-Oosten. Is dat wat we willen?’ Toch blijft Groen hoopvol. ‘De techniek ontwikkelt zich razendsnel. Op termijn fungeert elk dak, raam en muur als “energie-oogstoppervlak”. Opslag wordt goedkoper, nul op de meter is straks de norm.’ De techniek om de noodzakelijke omslag te realiseren, is beschikbaar. ‘Ook de financiële middelen zijn er. Het enige wat ontbreekt, is bestuurlijke en politieke wil.’ ■



Opdrachtgevers in the lead bij stedelijke distributie

Samenwerking als sleutel tot succes



Door de enorme vlucht van e-commerce domineren vrachtauto's van bedrijven als PostNL, DHL en Albert Heijn het straatbeeld. De zendinggrootte neemt af, de leveringsfrequentie toe. Bezorging op dezelfde dag is binnenkort heel gewoon en de komende jaren neemt het aantal vervoerbewegingen verder toe. Met alle gevolgen van dien voor het leefklimaat in de steden. Meer efficiency en minder uitstoot zijn dringend gewenst. Wie heeft de sleutel daartoe in handen?

TEKST HANS HAJÉE

Rico Luman is senior sector- en regio-econoom bij ING Economisch Bureau. Hij houdt zich bezig met transport en logistiek. Daarnaast volgt hij de economische ontwikkelingen in West-Nederland. Beide elementen komen

samen in een ING-rapport uit 2015: 'Stedelijke distributie in het winkellandschap van de toekomst'. Hierin is sprake van dagelijks 200.000 kleine en 50.000 grotere vrachtwagens die de Nederlandse binnensteden bevoorraden. 'Volgens

Thuiswinkel.org was internet in 2014 goed voor 7,6% van de totale detailhandelsbestedingen,' aldus Luman. 'Wij verwachten dat dit in 2025 20% tot 25% zal zijn. Het aantal vervoerbewegingen zal hierdoor substantieel stijgen.'

Straat vol busjes

Goed nieuws voor distributeurs en de werkgelegenheid in de sector, al is bij grote speler PostNL veel te doen over de beloning en contracten van hun pakjesbezorgers. Maar wat als straks elke straat vol busjes met draaiende motor staat? 'Filedruk en uitstoot nemen fors toe. Helemaal als levering op dezelfde dag gemeengoed wordt. Wehkamp is er al mee gestart, andere aanbieders zullen ongetwijfeld volgen. Dit staat haaks op de milieu-ambities van de overheid. Om stedelijke distributie beheersbaar te houden, zijn meer efficiency en snelle verduurzaming hard nodig. Dit vereist een trendbreuk.'

Focus op expansie

Wie heeft de sleutel daartoe in handen? 'Individuele distributeurs hebben weinig invloed, zo bleek uit een rondetafelsessie voor ons eerdergenoemde onderzoek. Zij volgen de wensen van hun klanten, de retail- en e-commercebedrijven. Die zijn bepalend als het gaat om efficiency en vergroening van het wagenpark.' Welke rol spelen consumenten? 'Dat bezorging meestal gratis wordt aangeboden, helpt niet bij hun bewustwording. Er is amper een prikkel om bestellingen te combineren.'

Zolang er nauwelijks sturing is van de consument, verwacht Luman weinig verandering. 'Wat ook meespeelt, is dat in e-commerce veelal jonge bedrijven actief zijn. De traditionele retailers hebben gezien de jarenlange samenwerking meer oog voor de specifieke problematiek van distributeurs dan deze nieuwe spelers, waar de focus vooral ligt op verdere expansie.'

Kostengedreven

De transportsector is sterk kostengedreven. 'Investeringen zijn hoog, de marges minimaal. Dit belemmert een snelle verduurzaming. Elektrische voertuigen zijn kostbaar, vergeleken met de traditionele (diesel)versies. Ook hierbij zijn opdrachtgevers *in the lead*. Pas als zij eisen stellen ten aanzien van de beperking van CO₂-uitstoot en ook bereid zijn daarvoor te betalen, kan vergroening vaart krijgen. Ook subsidies van de overheid kunnen helpen. Steeds meer steden

spreken de ambitie uit om op termijn emissieneutraal te worden. Beperking van de uitstoot door vrachtverkeer is dan een belangrijk item.'

Last mile

Nieuwe stadsdistributiecentra kunnen bijdragen aan snellere én groenere levering. 'In dergelijke centra wordt vracht gebundeld en verder vervoerd met kleinere, schone voertuigen,' zegt Luman. Tot nu toe zijn dergelijke voorzieningen relatief schaars. In Enschede, Utrecht en Amsterdam rijden Cargohoppers; zij zorgen voor emissievrije levering tijdens de zogenaamde *last mile*. 'Het is onvermijdelijk dat er meer van dergelijke voorzieningen komen, al kan dit tijd vergen. In de praktijk blijken partijen zich heel moeilijk op te lijnen. In Breda heeft men bijvoorbeeld moeten constateren dat de huidige proef met stadsdistributie is mislukt en wordt opnieuw begonnen.' Bundeling van kleinere volumes kan aanzienlijke schaalvoordelen opleveren. 'En als de afstanden korter zijn, worden duurzame alternatieven aantrekkelijker.' Ook de groei van levering op dezelfde dag kan de komst van meer distributiecentra vlakbij de binnensteden bespoedigen. 'Als dit gemeengoed wordt, moet de afstand tot de eindklant zo kort mogelijk zijn.'

Geen open deur

In tal van sectoren gaan de ontwikkelingen razendsnel. Stedelijke distributie is daarop zeker geen uitzondering. 'Vanuit verschillende kanten staat veel druk op bedrijven in de sector; opdrachtgevers, consumenten, de overheidsambities op het gebied van duurzaamheid. En dat in een branche waar investeringen hoog en marges laag zijn. Ga er maar aanstaan.' Welke aanbevelingen heeft Luman voor distributeurs? 'Het lijkt een open deur maar is daarom niet minder waar; alleen door krachten te bundelen, kunnen bedrijven de talrijke uitdagingen met succes het hoofd bieden. Niet voor niets zijn overnames aan de orde van de dag. Samenwerking zorgt voor een betere uitgangspositie. Dat kan horizontaal zijn, door goederenstromen te combineren met collega-transporteurs. Of verticaal door de dienstverlening aan opdrachtgevers uit te breiden en bijvoorbeeld samen te investeren in nieuwe concepten. Gelukkig merk ik dat de bereidheid om elkaar op te zoeken, toeneemt. Zeker voor kleine distributeurs is dat noodzakelijk om te kunnen overleven.' ■

VERRASSENDE MOVE



Coolblue bezorgt een deel van haar witgoedleveringen zelf. Na een testfase startte het e-commercebedrijf in februari met vijftien busjes in Brabant en Limburg. Eind dit jaar moeten er zo'n vijftig door heel Nederland

rijden. 'Een verrassende move,' vindt Luman. 'Je zou zeggen; gebruik maken van vervoerders met een grote distributiestroom is goedkoper dan zelf een kanaal opzetten. Al gaat het hier natuurlijk wel om specifieke, vaak grote en zware producten.' Coolblue blijkt meer invloed te willen op de aflevering en installatie van deze aankopen. 'Bij de levering van grote producten komen mensen echt bij je in huis,' zegt topman Pieter Zwart hierover. Door deze laatste schakel in eigen hand te nemen, weet Coolblue nu precies wie er bij hun klanten thuis komt.

Minder vergroening door nieuwe fiscale regels?

'2016 wordt een uitdagend autojaar'



Per 2016 zijn de autobelastingen gewijzigd. De run op bepaalde modellen eind vorig jaar maakt duidelijk dat nogal wat verandert. Wat zijn de belangrijkste wijzigingen en welke impact zullen deze hebben? En zijn er betere manieren om groener autorijden te stimuleren?

TEKST ANKA VAN VOORTHUIJSEN



Dick Bakker

Directeur leasemaatschappij Arval; met 930.000 auto's de grootste in Europa, nationaal met 35.000 nummer vier.

'Ik verwacht dat 2016 een uitdagend jaar wordt. De flinke aanpassing in de

'Klanten zullen weer voor traditionele auto's kiezen.'

bijtelling van 2015 naar 2016 heeft voor een hausse in de verkopen in het vierde kwartaal gezorgd. Ook wij hebben al veel auto's in 2015 geleverd en leveren ook in het eerste kwartaal nog auto's met de oude bijtelling. Daarnaast verwacht ik dat klanten de aanschaf van een nieuwe auto uitstellen tot na 2016, om dit jaar nog van de lagere bijtelling te profiteren.

De plug-in hybrides zoals Mitsubishi Outlander en Toyota Prius, die stapsgewijs van 7, via 15 nu en 21% bijtelling in 2019 gaan, worden minder populair. Die werden vooral gekozen vanwege de fiscale voordelen, niet vanwege het milieu. Dat is nu voorbij. Voor de duurdere modellen zoals de Mercedes C-klasse en de Volvo XC90 verwacht ik dat de hybrideversies – met 15% bijtelling – wel populair blijven. Dat scheelt

zo €200 per maand met de 21% die je voor de niet-hybridevariant betaalt. Werkgevers gaan kritischer kijken naar het brandstofverbruik bij werknemers. Die rijden weinig elektrisch, terwijl ze wel het fiscale voordeel incasseren. Ik kan me voorstellen dat je als werkgever het surplus aan brandstofkosten gaat doorberekenen. Wij helpen onze klanten het brandstofverbruik inzichtelijk te maken via kwartaalanalyses van hun wagenpark. Niet om werknemers te "straffen" maar hen te stimuleren, bewuster met het gaspedaal om te gaan. Daar helpen ook onze rijtrainingen en brandstofbesparingstips bij. De totale CO2-uitstoot van ons wagenpark zal dit jaar denk ik iets omhoog gaan. Klanten zullen weer voor traditionele auto's kiezen omdat het bijtellingsvoordeel verdwijnt. Er is dus een averechts effect bereikt. En over een jaar of drie, vier komen de goedkopere hybride auto's massaal naar ons terug; dat gaat de markt verstoren. Zzp-ers en mkb-ers zijn prijsbewust en minder merkbewust. Dat is altijd zo geweest en verandert niet. Het gaat hen niet om leren bekleding, een bepaald stiksel of bijzondere wielen. Zij kiezen rationeler, anders dan de corporate klant met een ruime autoregeling.'

Jan-Bertram Rietveld

Loonbelastingadviseur bij EY (voorheen Ernst & Young) Rotterdam.

'Ik rijd zelf elektrisch. Aan de stilte wen je snel en het rijdt heel soepel. Toen ik deze auto kocht, realiseerde ik me terdege dat ik de komende vijf jaar 0% bijtelling zou hebben. Ik moet dus nog

goed nadenken wat ik over tweeëneenhalf jaar ga doen.

Wat nu is gebeurd, is dat een effectieve maatregel bewust wordt afgeschaft. De toenmalige staatssecretaris De Jager wilde inzetten op vergroening en regelde dus dat minder belasting betaald hoefde te worden. Wiebes stelt nu, terecht denk ik, vast dat het belastingvoordeel niet in alle gevallen klopt met het daadwerkelijke gebruik. Ik snap het, maar het effect zal zijn dat voor veel werknemers weinig redenen overblijven om elektrisch te rijden. Dus elektrische auto's zullen weer uit het straatbeeld verdwijnen. Dan zijn we weer terug bij af. Het kantelpunt is voor veel auto's al bereikt, rekende een dealer laatst voor een klant van ons uit; elektrisch rijden is duurder dan op benzine.

Natuurlijk, er zijn nog steeds veel goede redenen om voor elektrisch te kiezen. Maar de meeste werknemers kijken eerst naar hun portemonnee en dan naar het milieu. De discussie is natuurlijk veroorzaakt door die plug-in hybrides; wel alle fiscale voordelen, maar de uitstoot strookte daar niet mee. Het is allemaal uit de pas gelopen. Wat gesubsidieerd werd, was lang niet altijd even groen. De kilometerheffing lijkt het meest rechtvaardig, maar is natuurlijk enorm



'Helaas staat de kilometerafrekening weer in de ijskast.'

fraudegevoelig. Het onderscheid tussen woon-werkverkeer en zakelijke kilometers maakt het ook ingewikkeld. Ik denk dan aan collega's van mij, accountants die soms vijf maanden ergens op een project in een ander kantoor zitten. Is dat woon-werkverkeer? Dat lijken mij zakelijke kilometers. Je kunt nu eenmaal niet in alle gevallen meeverhuizen met je werk.'

Daan Bieleveld

Global mobility manager bij DSM en Mobiliteitsmanager van het jaar. DSM heeft bijna 400 leaseauto's in Nederland en 1.500 in het buitenland.

'Met de bijtelling zoals die was, waren mensen wel geneigd om eerder een groenere en duurzamere keuze te maken. De moeilijkheid met de bijtelling aan de hand van vastgestelde CO2-waardes is, dat die waardes theoretisch zijn. In de praktijk treden veel verschillen op. Het systeem is nu zo dat je aan de voorkant beloont, terwijl je aan de hand van het gebruik zou moeten belonen of bestraffen. Bij DSM focussen wij op CO2 én gebruik. Als dat gebruik erg uit de pas loopt, verrekenen wij het. Als je hybride rijdt en nauwelijks laadt, dan verdampt je voordeel. Dan vindt de schifting ook meer aan de voorkant plaats; als je in verband met je actieradius weinig laadt, maken mensen een nieuwe rekensom en kiezen ze bijvoorbeeld voor een zuinige diesel. Bij bijna iedereen, 90% van onze

'Wat gesubsidieerd werd, was lang niet altijd even groen.'



hybriderijders, klopt het gebruik. Een enkeling krijgt een naheffing. Voor een eerlijk beleid zou je moeten focussen op de werkelijke verbruikscijfers van de auto en aan de hand daarvan belasting heffen. De CO2-uitstoot van 25 gram haalt een hybride alleen bij een ritje van 25 km, terwijl in de praktijk langere afstanden worden gereden. Daar kunnen werkgevers en overheid meer samenwerken, wat mij betreft. Helaas staat de kilometerafrekening in Nederland weer in de ijskast; in andere landen is het al niet beter. Ik zie nergens dat ze focussen op werkelijke uitstoot. Wij willen als bedrijf op den duur naar het belonen van duurzamer reisgedrag toe, zodat werknemers bewuste mobiliteitskeuzes maken. Daar hoort een NS Business Card bij, een fietsenplan, een leaseauto. Trein- en fietskilometers leveren werknemers dan bijvoorbeeld meer voordeel op. We hebben een privé-lease-regeling. Werknemers kunnen hun oude auto vervangen door een groenere leaseauto. Dat is een groot succes. Als werkgever hebben we een serieuze duurzame ambitie. Niet alleen in mobiliteit, maar in alles wat we doen, bijvoorbeeld ook in onze product-policy. Duurzaamheid is de kernwaarde van DSM.' ■

Wij hoeven je niet te vertellen hoe belangrijk een **succesvolle website** is voor **jouw onderneming**

“

Reclamebureau 3AMI zorgt dat mijn nieuwsbrief, webshop en websites altijd up to date en online vindbaar zijn.

Tessa van der Steen

Voedingscoach Obese RTL 4
Oprichter Your Health Coach
Creator Go!Greenbar & Go!Greenkids



Interesse in een **gratis brainstorm?**
Kijk op **3ami.nl/brainstorm** of bel 024 360 92 77

Het einde van de VAR

De verklaring arbeidsrelatie ("VAR") is met name bedoeld als hulpmiddel voor de kwalificatie van de inkomsten van een opdrachtnemer. Als de opdrachtnemer beschikt over een VAR-wuo of een VAR-dga, is de opdrachtgever gevrijwaard van de verplichting om loonbelasting en premie volksverzekeringen op de vergoeding in te houden en premies werknemersverzekeringen en inkomensafhankelijke bijdrage Zorgverzekeringswet over de vergoeding te betalen. Omdat in de praktijk is gebleken dat de VAR vaak een schijnzekerheid biedt en de Belastingdienst de opdrachtgever daar niet op kan aanspreken, is door de regering voorgesteld het bestaande systeem op de schop te nemen.

Na een langdurig wetgevingstraject is de kogel door de kerk: de VAR wordt afgeschaft. Op 2 februari 2016 heeft de Eerste Kamer de Wet deregulering beoordeling arbeidsrelaties aangenomen. Deze wet regelt het nieuwe regime: opdrachtgevers en opdrachtnemers zullen in plaats van de VAR gebruik kunnen maken van overeenkomsten die door de Belastingdienst zijn opgesteld of beoordeeld. De Belastingdienst heeft een aantal algemene modelovereenkomsten opgesteld en gepubliceerd waarbij er op papier geen sprake is van een dienstbetrekking. De modelovereenkomsten zien onder meer op de situatie waarin geen sprake is van werkgeversgezag, de opdracht-



mr Laura Kiebert

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

nemer vrij te vervangen is en een opdrachtnemer via een intermediair voor een derde werkt. Daarnaast heeft de Belastingdienst een aantal voorbeeldovereenkomsten voor specifieke branches en beroepsgroepen beoordeeld en gepubliceerd.

Door een van de modelovereenkomsten of een door de Belastingdienst beoordeelde overeenkomst te gebruiken, mag de opdrachtgever ervan uitgaan dat hij geen loonheffingen hoeft

in te houden of af te dragen mits partijen op de werkvloer ook daadwerkelijk uitvoering geven aan wat zij op papier zijn overeengekomen. De opdrachtnemer is dan ook niet verzekerd voor de werknemersverzekeringen. Van belang is dat het nieuwe systeem (in tegenstelling tot de VAR) geen vrijwaring biedt. Dit betekent dat de Belastingdienst alsnog loonheffingen en premies kan incasseren bij de opdrachtgever als bijvoorbeeld blijkt dat in de praktijk niet conform de overeenkomst wordt gewerkt en toch sprake is van een dienstbetrekking. De nieuwe wet stelt de Belastingdienst dus in staat om beter te handhaven en het gebruiken van een modelovereenkomst biedt in feite geen definitieve zekerheid.

Een bestaande VAR is geldig tot 1 mei 2016. Vanaf 1 mei 2016 tot 1 mei 2017 geldt er een implementatietermijn. Tot die tijd houdt de Belastingdienst wel toezicht, maar wordt terughoudend omgegaan met het handhaven van de nieuwe regels (tenzij sprake is van fraude). Op deze manier worden opdrachtnemers en opdrachtgevers in de gelegenheid gesteld om de werkwijze en overeenkomsten aan te passen aan het nieuwe systeem. ■

Hoe creëer je een stimulerende werkomgeving?

Klaar voor de toekomst

De productiviteit van een persoon wordt voornamelijk gestimuleerd door psychologische factoren. Er kunnen tien van dergelijke factoren worden onderscheiden (zie kader). Traditioneel hebben organisaties zich gericht op erkenning en de daarmee verband houdende beloningen om medewerkers te motiveren. Vandaag de dag – maar zeker in de toekomst – moeten ook de meer subtiele stimulerende factoren doorgrond en beïnvloed worden.

Maar hoe ziet een stimulerende werkomgeving er dan uit? Natuurlijk is er geen uniforme invulling omdat elke organisatie anders is. Wel kunnen we enkele hoofdlijnen aangeven voor wat betreft inrichting en structuur. In hoeverre de hieronder genoemde elementen realiseerbaar dan wel wenselijk zijn, is afhankelijk van de organisatie en de aard van de werkzaamheden. Let wel: wat we hier schetsen, is een toekomstbeeld.

Prettig en veilig

Het pand zelf biedt een goede weergave van de kracht en status van het merk. Bij binnenkomst lijdt het noch bij de medewerkers noch bij de bezoekers geen twijfel dat ze een intellectuele, goed geoliede machine betreden. Medewerkers voelen zich er prettig en veilig.

De werkomgeving zelf is in essentie verdeeld in twee zones: werk en ontspanning. De werkzone is ingericht voor functionaliteit, om productief gedrag te optimaliseren. De medewerkers hebben cellenkantoren, elk met door de bewoners zelf regelbare verlichting, luchtkwaliteit en geluidsniveau, zodat ze op hun eigen ideale werkklimaat kunnen realiseren. De verlichting is dynamisch en past zich aan het uur van de dag aan, zodat het licht – een menging van dag- en kunstlicht – altijd optimaal is om de taken uit te voeren.

De werkplekken zelf zijn ingericht om specialistische activiteiten maximaal te faciliteren. Maar alle systemen zijn flexibel want (bijna) alle plaatsen zijn flexplekken.

Intense energie

Ondanks de cellenstructuur van het vloerplan heerst op de werkvloer een gevoel van intense energie. Individuele werkplekken zijn niet overmatig groot en zodanig geconfigureerd dat de medewerkers eigenlijk altijd oogcontact kunnen hebben.

Dat zorgt er mede voor dat de mensen zich ervan bewust zijn dat ze in een team werken en samen verantwoordelijk zijn voor het eindresultaat.

In tegenstelling tot de werkomgeving zijn de ontspanningsfaciliteiten luxe van opzet. De invulling en inrichting van die relaxruimtes is eveneens een weergave van het niveau dat de organisatie wil nastreven en hooghouden. Een top bedrijfsrestaurant, state-of-the-art fitnessruimte en misschien zelfs een luxe spa bevinden zich allemaal in het bedrijfspand. Hoewel de meeste

VOORBEREIDEN OP DE TOEKOMST

• Gebruik de psychologische motivators van productiviteit

Begrip hebben van, en het bespelen van het complete scala aan psychologische motivators die de productiviteit van de mensen beïnvloeden.

• Betekenis is belangrijk

Stel een heldere en inspirerende visie op waar medewerkers zich op kunnen richten.

• Een krachtige duurzaamheidsstrategie is geen luxe

Organisaties die nu voorop lopen, zullen het best voorbereid zijn om te voldoen aan de morele verwachtingen en wettelijke eisen van de toekomst.

• Leg waarde op kenniswerk

Meet en evalueer de output in plaats van de input van kenniswerkers.

• De komst van de strategische werkplek

Gebruik de werkomgeving als een strategische waarde bij het aantrekken van talent; creëer daarmee een bedrijfscultuur en vorm externe percepties.

• Werk is intrinsiek sociaal

Ontwikkel een cultuur van communiceren die bijdraagt aan de strategische doelen van de organisatie.



medewerkers er geen gebruik van maken, is de aanwezigheid belangrijk voor het totale gevoel. De populairste voorzieningen zijn die welke zowel intense stimulatie als competitie bieden, zoals gaming, adrenaline-opwekkende sporten en squash.

Sociale context

Het groeiende besef van de impact die onze moderne levensstijl heeft op het milieu zorgde ervoor dat zowel de overheid als de maatschappij als geheel actie ondernamen om die impact (de carbon footprint) te verminderen.

In het begin van de 21e eeuw werd – zij het met enig voorbehoud – voorspeld dat de urbanisatie verder zal toenemen. De economische activiteit is geconcentreerd in de steden; mede als gevolg daarvan neemt de bevolkingsdichtheid in die steden toe. Gedeeld gebruik en samengestelde inkomens zijn de norm geworden – maar beide met een sterk gevoel van samenleven. Elke stadshub heeft zijn eigen specifieke cultuur waarbij steden (of samenwerkingsverbanden van dicht bij elkaar liggende steden) in feite met elkaar concurreren als lifestylemerken om de

beste talenten en ondernemingen aan te trekken. Hoewel groen transport en vervoer vooruitgang boeken, werken beide nog niet op de landelijke infrastructuur.

Concurrentievoordeel behouden

Vanaf ongeveer 2010 nam het grote publiek een steeds sceptischer houding aan jegens de “big business”; afgestudeerden wilden liever werken bij nichebedrijven (of startten er zelf een), consumenten boycotten “onverantwoorde” producten. Bedrijven die al veel langer een sterk ontwikkeld beleid hadden op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen, hadden daar veel minder last van vergeleken met hun concurrenten. Toch moesten ondernemingen hun aanpak en beleid aanpassen aan de sociaal-maatschappelijke trends om hun concurrentievoordeel te kunnen behouden. De structuur en de werkomgeving moet worden aangepast aan de morele, sociale en operationele voorkeuren van de medewerkers.

Visie, waarden en cultuur

Kleinere ondernemingen, bijkantoren en flexplekken zorgen ervoor dat de

reistijd voor werknemers aanzienlijk wordt verminderd. Ook kan hierdoor het “communitygevoel” ontstaan waarnaar de getalenteerde kenniswerker op zoek is. De uitdaging voor deze werkomgevingen is om zich te onderscheiden van de concurrentie middels visie, waarden en cultuur. Organisaties hebben een platte structuur, medewerkers zijn georganiseerd in flexibele projectteams. Iemand kan tegelijkertijd deel uitmaken van vier teams, waarbij hij of zij telkens een andere rol heeft, zowel voor wat betreft de verantwoordelijkheid als de functie.

Social capital

In de meeste ondernemingen wordt de zogeheten “Workforce Happiness Index” (WHI) gehanteerd. Men gaat er namelijk vanuit dat de productiviteit van de medewerkers fundamenteel verbonden is met een positieve instelling: gelukkige werkers zijn productieve werkers. Die tool werkt op twee manieren: met de WHI wordt de productiviteit gemeten en worden nieuwe mensen geworven. De medewerkers hebben behoefte aan afwisseling en stimulansen om creatief te zijn en ze werken het hardst als zij zich gecommitteerd voelen



DE TIEN PSYCHOLOGISCHE STIMULANSEN VOOR PRODUCTIVITEIT

• Inhoud

Het management moet een heldere en inspirerende visie hebben ontwikkeld en geformuleerd waarmee de medewerkers zich kunnen identificeren.

• Waarden

Een algemeen geldend systeem van waarden en gedrag dat consequent moet worden vertoond.

• Optimisme

Een positieve houding van het management: vertrouwen uitstralen in een goede aanpak.

• Samenwerking

Effectief samenwerken en stimulatie middels interactie.

• Originaliteit

Erkenning van de waarde van originaliteit en een cultuur van accepteren van goede ideeën.

• Individualisme

Respect voor de unieke vaardigheden en bijdragen van elk persoon.

• Autonomie

Individen de verantwoordelijkheid bieden om zelf beslissingen te nemen.

• Vertrouwen

De focus op het ontwikkelen van zelfvertrouwen door in te spelen op sterktes in plaats van alleen te hameren op zwakheden.

• Doelen

Duidelijke en specifieke doelen en zichtbare waardering van prestaties.

• Erkenning

Erkend en gewaardeerd worden voor goed werk en een eerlijke en transparante beloning krijgen voor het halen van doelen.

aan een gezamenlijk doel. De zogenoemde social capital levels van de medewerkers worden regelmatig gemeten, teneinde de kracht van de community te monitoren. De prestatie-overzichten en wervingsprocessen zijn subjectief. Er wordt grote waarde gehecht aan emotionele en intuïtieve competenties omdat deze bijdragen aan het bouwen van social capital. De medewerkers worden beoordeeld op de kwaliteit van hun output, maar ook beloond voor betrokkenheid bij en werken volgens de waarden van de onderneming. Elk jaar wordt gekeken welke bonus en incentive systemen de medewerkers het meest zouden waarderen. Daaruit blijkt dat financiële bonussen niet bijzonder gewaardeerd worden. Wel is er een constante vraag naar extra vakantiedagen, betere ziektekostenverzekeringen, teamvents en opleidingen voor persoonlijke vaardigheden.

Unieke set

De werkpatronen van de medewerkers zijn tamelijk onregelmatig omdat niemand controleert wanneer en waar ze werken; alleen de kwaliteit van hun output geldt. In piektijden kan een werkweek wel zestig uur bedragen maar er zijn vrijwel geen klachten. Mensen zijn trots op hun werk en leveren liever grondig en degelijk werk af dan dat ze hun team in de steek laten. Bovendien: de volgende werkweek kan misschien maar dertig uur bedragen – en dat vindt niemand een probleem. Steeds meer mensen zijn ervan overtuigd dat echte persoonlijke originaliteit wordt verkregen door het ontwikkelen van een unieke set vaardigheden en eigenschappen. Organisaties zijn met name succesvol als ze hun medewerkers de kans geven zichzelf verder te ontwikkelen. Het bedrijf biedt een verscheidenheid aan ervaringen met een variërende groep mensen, zowel

binnen de kaders van het werk als daarbuiten: persoonlijke coaching wordt geboden en de mensen worden aangemoedigd, sabbaticals te nemen.

Geen alternatief

In de praktijk betekent dit dat de mensen zelf verantwoordelijk zijn voor hun tijd en productiviteit. Geholpen door organisationele technologische tools moeten ze experts worden in persoonlijk management, anders zal de kwaliteit van hun output daar zichtbaar onder lijden. Interne vergaderingen worden meestal face-to-face gehouden, men is er over het algemeen van overtuigd dat er geen goed alternatief is voor persoonlijk contact. De meeste commerciële relaties worden aangegaan met ondernemingen in dezelfde stad. Dus het is gemakkelijk om deze lopend te bezoeken, met de fiets of het openbaar vervoer. ■

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,-



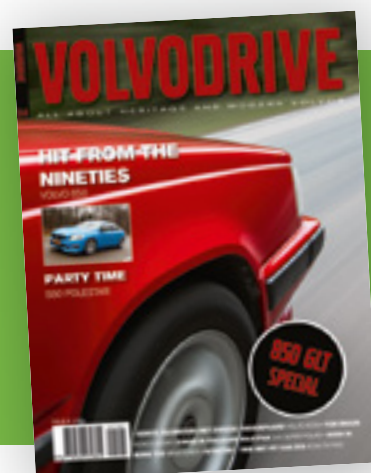
Ontvang 6 x Great British Cars + 6 reeds verschenen edities voor €45,-

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

Rust en ruimte in Bedrijvencentrum Vechtenstein

Relaxte broedplaats voor bedrijvigheid

Bedrijvencentrum Vechtenstein in de Utrechtse wijk Zuilen faciliteert al jarenlang lokaal ondernemerschap. De flexibiliteit en een optimale bereikbaarheid spreken veel ondernemers aan. Ook de omgeving wordt positief beoordeeld. "Huurders stellen de rust en de relaxte sfeer die hier heerst zeer op prijs."



Thijs Fonville is sinds 2007 eigenaar van Bedrijvencentrum Vechtenstein. Dit complex herbergt vijftientig kleinschalige kantoren, in omvang variërend van 17 tot 105 m². "Aan het animo voor onze ruimtes merk je dat het vertrouwen onder jonge bedrijven in de economie toeneemt. De bezettingsgraad is de afgelopen periode verder gestegen." Op dit moment zijn nog vijf ruimtes beschikbaar. "Hierbij gaat het om wat grotere units met een oppervlakte van 31 tot 46 m². Die zijn in principe te huur voor minimaal een jaar en daarna per kwartaal opzegbaar. De kantoren zijn 24/7 toegankelijk."

Vergaderen en coachen

Naast vijftientig kantoorruimtes beschikt Vechtenstein over een vergaderzaal annex coachingruimte voor maximaal zes mensen. "Een rustige, inspirerende plek die per uur, dagdeel of dag gereserveerd kan worden. Ook is er een vergaderzaal op de eerste verdieping die plek biedt aan vijftien personen. Deze faciliteiten zijn uiteraard

beschikbaar voor huurders. Tijdens kantooruren kunnen ook externe partijen er gebruik van maken."

Grote variatie

De bedrijvigheid in Vechtenstein kenmerkt zich door veel diversiteit. "Detailhandel is niet toegestaan, maar verder tref je hier een grote variatie aan organisaties aan: internetbedrijven, een tweetal adviesbureaus, een bedrijf dat beveiligingsmedewerkers bemiddelt voor de offshore-industrie, een thuiszorgorganisatie, een rijkschool, een hardwarebedrijf en een radiozender." De laatste twee bewoners zijn al meer dan tien jaar in Vechtenstein gevestigd. "Binnenkort betrekken twee nieuwkomers hier hun kantoor; een telemarketingbedrijf en een internetshop." Fonville stimuleert de onderlinge contacten tussen de huurders. "Ondernemers zijn vaak druk met hun dagelijkse werkzaamheden. Maar de interactie met collega-bewoners kan je verder helpen. Als je ervoor openstaat, zijn waardevolle verbindingen mogelijk."



FLEXRUIMTES

Vechtenstein speelt ook in op de behoefte aan flexibele werkruimte voor zzp'ers en andere zelfstandigen. "Er zijn veel mensen die geen vast kantoor nodig hebben maar toch af en toe in een professionele omgeving willen werken," weet Fonville. "Dat kan met een van onze flexplekken die per uur, dagdeel of dag beschikbaar zijn. Hier heb je ook de mogelijkheid om andere ondernemers te ontmoeten." De flexplekken zijn compleet ingericht. Alle faciliteiten voor de vaste huurders van Vechtenstein staan ter beschikking; bemane receptie, sanitair, keuken en de gratis parkeergelegenheid.



Meebewegen

Vaak beginnen jonge bedrijven in Vechtenstein met 1 kamer. "Slaan de activiteiten aan dan is het mogelijk om op te schalen en meer ruimtes bij te huren. Zo beweegt de huisvesting van onze bewoners op een natuurlijke manier mee met hun ontwikkeling." Het komt ook voor dat huurders uit hun jas groeien en noodgedwongen naar een andere kantoorlocatie vertrekken. "Natuurlijk is dat jammer. Aan de andere kant; het hangt wel degelijk samen met onze rol als broedplaats voor ondernemerschap. Als succesvolle bedrijven nog meer ruimte nodig hebben, vliegen zij uit."

Unicum in Utrecht

Wat zijn de belangrijkste overwegingen voor organisaties om voor Vechtenstein te kiezen? "In combinatie met een concurrerende prijsstelling spreken de flexibiliteit en de mogelijkheid om in ruimte door te groeien veel bedrijven aan. Ook de bereikbaarheid is een sterk punt. Zowel stads- als streekbussen stoppen vrijwel voor de deur. De snelwegen A2, A27 en A28 liggen allemaal op korte rijafstand. En parkeren is hier gratis; bijna een unicum in Utrecht."

Ook de omgeving van Vechtenstein wordt als positief beoordeeld. "Je zit hier niet in de hectiek van het centrum. Door de locatie in Zuilen, aan de rand van de stad en

op een steenworp afstand van de Vecht, is het hier heerlijk rustig. Vaak hoor ik dat huurders die rust en de relaxte sfeer die er heerst, zeer op prijs stellen." ■

Ook de bijzondere sfeer in Bedrijvencentrum Vechtenstein ervaren? Neem dan contact op voor een rondleiding en meer informatie over mogelijkheden, faciliteiten en kosten.

Bedrijvencentrum Vechtenstein
Vechtensteinlaan 12-16 - 3555 XS Utrecht
T 030-2448735 - info@vechtenstein.nl
www.vechtenstein.nl

Initial en FC Utrecht Business versterken elkaar

Netwerken als tweede natuur

In het zakelijke netwerk van FC Utrecht voelt Vincent Nibbering zich als een vis in het water. De National Accountmanager van Initial gebruikt twee themalounges in Stadion Galgenwaard als uitvalsbasis. "Bij netwerken draait het vooral om je opstelling. Wat je erin stopt, krijg je vroeg of laat terug."

Initial – tot de rebranding in 2012 in ons land bekend als Initial Hokatek – is een dochterbedrijf van Rentokil Initial plc. Bij dit internationale concern werken 28.000 mensen in zestig landen. Vincent Nibbering richt zich op de industriële klanten van Initial in Nederland. “Ik schep voorwaarden voor mijn collega’s in de buitendienst en ben zelf verantwoordelijk voor een aantal grote opdrachtgevers. Tot de producten en diensten horen onder meer vloerhygiëne zoals schoonloopmatten en moppenservice, toiletgroepdiensten en veilige bedrijfskleding. Onze industriële klanten hebben een uiteenlopende achtergrond; denk aan petrochemie, automotivie en metaal.”

Gemoedelijk en dynamisch

Netwerken is Nibbering’s tweede natuur. “Altijd al geweest. Samen met Bart van Luijk van DOOR heb ik jarenlang een businessclub voor salesmanagers gerund. Erg leuk om te doen; ik kreeg er veel energie van.” Toen deze businessclub stopte, stond Nibbering open voor aansluiting bij een ander zakelijk netwerk. Een relatie raadde hem aan om contact te zoeken met Toon Nouwens, gastheer en drijvende kracht achter de Offshore Business Lounge bij FC Utrecht. “Er was direct een klik en Toon nodigde me uit om een kijkje te komen nemen bij de eerstvolgende wedstrijd. Dat voelde onmiddellijk goed. De sfeer in de lounge is gemoedelijk en dynamisch tegelijk.” Nibbering kreeg binnen Initial in *no time* groen licht voor het lidmaatschap van FC Utrecht Business. “Het actief uitdragen van onze merknaam via een voetbalnetwerk past perfect binnen onze strategie om fors in marktaandeel te groeien.”

Veel en graag delen

Naast in de Offshore Business Lounge is Nibbering ook regelmatig te vinden in de Automotive Business Lounge van FC Utrecht. “Voor bedrijven uit beide sectoren heeft Initial aantrekkelijke oplossingen. We zijn pas sinds oktober 2015 lid van het zakelijke netwerk van FC Utrecht maar er zijn veel waardevolle contacten gelegd. Die hebben ook al tot concrete offertes geleid.” Toch is dat geen harde doelstelling. “Ik deel veel en graag binnen mijn netwerk, maak combinaties van bedrijven en personen zonder dat ik iets terugvraag. Vaak komt dat vanzelf, vroeg of laat; maar het is nooit een must.”

Verder helpen

Nibbering zet zich ook in om het zakelijke netwerk van FC Utrecht te versterken. “Ik wissel regelmatig ideeën uit met Dönüs Coban, mijn aanspreekpunt binnen de club. We kijken waar we elkaar verder kunnen helpen. Als sponsoring voor relaties van ons van waarde kan zijn, breng ik ze in contact met FC Utrecht. En via Dönüs heb ik een ingang bij de business clubs van NEC Nijmegen en Roda JC Kerkrade. Net als bij FC Utrecht is Lagardère Sports daar verantwoordelijk voor de B2B sales. Ook deze clubs kunnen interessant zijn voor Initial. Een heel concreet voorbeeld van onze verbondenheid met FC Utrecht zijn de nieuwe schoonloopmatten in Stadion Galgenwaard. Hiermee kunnen we fysiek laten zien wat Initial – onder veel meer – doet.”

Verbindende schakel

“Het enthousiasme van Vincent werkt aanstekelijk,” zegt Dönüs Coban. Zij is bij FC Utrecht als sponsorship manager onder meer verantwoordelijk voor een aantal themalounges waaronder de Offshore Business Lounge. “In korte tijd werd hij een belangrijke verbindende schakel in deze lounge. Vincent is zeer actief en organiseerde al een aantal bedrijfsbezoeken voor de leden. Hij stelt zijn netwerk graag open, brengt partijen

met elkaar in contact en plukt daar zeker de vruchten van. Vincent bewijst dat de energie die je in een zakelijk netwerk stopt zich ook terugbetaalt. Verder is het mooi om te zien dat ook hij inmiddels is gegrepen door het FC Utrecht-virus.”

Plek in het hart

Nibbering nodigt regelmatig relaties uit andere delen van het land uit voor een wedstrijd in Stadion Galgenwaard. “Die zijn zon-

“Binnen Initial kreeg ik in no time groen licht voor het lidmaatschap van FC Utrecht Business.”

der uitzondering enthousiast over de sfeer en de entourage bij de club. Terecht. Er gebeurt altijd wat in het stadion en de prestaties zijn prima. Al ben ik van jongs af aan supporter van een andere club, FC Utrecht heeft in korte tijd een plek in mijn hart veroverd.” ■

DUURZAME AMBITIES

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een belangrijk speerpunt voor Initial. “In een samenwerkingsovereenkomst met MVO Nederland zijn onze visie en doelstellingen op het gebied van duurzaamheid vastgelegd,” vertelt Nibbering. “Daarin is onder meer de ambitie opgenomen om de komende vijf jaar 30% minder CO2 uit te stoten. Dat we op goede weg zijn, blijkt uit de toekenning van het MVO Prestatieladder 4-certificaat.”

De duurzame ambities van Initial zijn geen statisch gegeven. “Door onze klant DSM zijn wij getriggerd om versleten bedrijfskleding, handdoekrollen en linnengoed te recyclen.

Daarvoor is een samenwerking aangegaan met het Utrechtse I-Did Slowfashion, dat kleding en voorwerpen maakt van overtollig materiaal. Al onze afgekeurde stoffen worden nu vervuld. Daarna maakt I-Did er bijvoorbeeld laptoptassen, omslagen en sleutelhangers van. Medewerkers van DSM kunnen dus items kopen die gemaakt zijn van afgekeurde overalls van hun collega’s. De circulaire economie in optima forma dus, mogelijk gemaakt door samenwerking van verschillende partners.” De zoektocht naar mogelijkheden tot verdere verduurzaming gaat alsmat door. “Zo kijken we samen met I-Did of het mogelijk is onze waszakken van afgekeurd textiel te maken.”

Nibbering ervaart dat ook FC Utrecht tal van maatschappelijke initiatieven ontplooit. “Daar sluiten wij graag bij aan. Goed voorbeeld is het Gala voor het Kind in november vorig jaar, waar ruim 330.000 euro werd ingezameld voor goede doelen.”

Rabo Meet & Grow ondersteunt bij financiering

Marktplaats voor kennis en kapitaal

“Ondernemers die willen groeien, helpen wij graag met het realiseren van hun ambities,” zegt Pascal Robbers (Rabobank Utrecht). Wel doet de bank dat minder vaak als solitaire financier. “Onze rol is in toenemende mate die van regisseur. Als spin in het web helpen wij om een mix van financieringsvormen te vinden die in de kapitaalbehoefte van bedrijven voorziet. Meet & Grow is daarbij een gewaardeerde fysieke marktplaats.”

TEKST HANS HAJÉE AFBEELDING MARNIX SCHMIDT

Voor de meeste ondernemers was bancaire financiering decennialang hét fundament onder hun groeiplannen. “Die tijd ligt achter ons. Steeds vaker worden bijvoorbeeld ook crowdfunding of private investeerders ingezet,” weet Pascal Robbers, accountmanager MKB bij Rabobank Utrecht. “Garantieregelingen van de overheid kunnen helpen om het totale plaatje rond te krijgen.”

Wegwijs maken

Voor ondernemers is het lastig om al deze financieringsbronnen te doorgronden. “Daarom maken wij klanten wegwijs. Dat doet Rabobank onder meer door Meet & Grow-bijeenkomsten; regionale marktplaatsen waar bedrijven, verstrekkers van kapitaal en ondersteunende organisaties elkaar ontmoeten. Door al deze partijen te verbinden, helpen wij ondernemers bij de financiering van groei. En dat is goed voor de ondernemer, de bank en de stad. Zo blijven we als coöperatieve bank ondanks strengere regelgeving de klant en zijn leefomgeving versterken.”

Liefde en regen

Vegard Sivertsen is zo’n ondernemer met groeiambitie. Hij is Noor van geboorte; de

liefde – zijn latere vrouw – bracht hem in 2001 naar Utrecht. “En het weer,” lacht hij. “In mijn studiestad Bergen regent het 300 dagen per jaar. Dat zijn er hier gelukkig een stuk minder.”

Na zijn komst naar Nederland werkte Sivertsen enige tijd bij een grote consultant. Toen kwam het verzoek om een bedrijf dat hij als student in Noorwegen mede oprichtte hier op de kaart te zetten. “Dat was It’s Learning, een elektronisch leerplatform. Het lukte ons in Nederland marktleider te worden in het voortgezet onderwijs. Maar na acht jaar It’s Learning vond ik het in 2011 tijd voor iets anders.”

Dreamteam

Bij de zoektocht naar een nieuwe uitdaging was Sivertsen’s passie voor educational technology leidend. “Ik kwam in contact met een softwarebedrijf dat zich richtte op digitaal examineren. Een bijzonder specialisme. Falen is geen optie; de belangen zijn enorm.” Net als de potentiële markt. “Bestaande aanbieders lieten steken vallen. Er was en is grote behoefte aan een stabiele, schaalbare en gebruiksvriendelijke tool. Ik besloot om die zelf te gaan ontwikkelen. Met een dreamteam van specialisten zijn we in 2013 aan de slag gegaan.”

Op eigen kracht

Zo’n anderhalf jaar later werd Cirrus gelanceerd; een cloudbased platform dat het complete examineringsproces voor docenten en studenten faciliteert. “De respons is zeer positief. Ruim 80% van de aanbestedingen waaraan we meedoen, zijn succesvol.” Om de potentie van het product ten volle te benutten, wil Sivertsen tempo maken. Veel tempo. “Als we niet snel internationaal expanderen, worden we opgeslokt door een grote buitenlandse speler. Het is eten of gegeten worden. Maar Cirrus wil op eigen kracht groeien. In de afgelopen jaren hebben angel investors ons gesteund. Ook vrijwel al mijn spaargeld

MENTALITEIT EN AMBITIE

In Nederland werd tot voor kort 80 à 90% van alle zakelijke investeringen bancair gefinancierd. “In de Verenigde Staten is dat maar 40%,” weet Pascal Robbers. Vegard Sivertsen heeft veel contact met Amerikaanse bedrijven. “Daar is het heel gebruikelijk om telkens opnieuw investeerdersgeld op te halen. Ander opvallend verschil is het ambitieniveau. Amerikaanse ondernemers denken bijna zonder uitzondering groot. Niet voor niets komen alle wereldwijd dominante softwarebedrijven uit de VS. Dat heeft alles met mentaliteit en ambitie te maken. Vaak is er van begin af aan een strategie voor internationale expansie. Europese bedrijven focussen zich meestal op hun lokale markt. En ook al zijn ze daar succesvol, echt grote internationale spelers worden ze zelden. Daarvóór zijn ze al overgenomen door een buitenlandse concurrent. Europese bedrijven doen zich daarmee tekort.”



zit in het bedrijf. Om onze ambities waar te maken, zijn nu substantiële additionele investeerders nodig.”

Geen garanties

Daarover onderhoudt Sivertsen intensief contact met Rabobank Utrecht. “Het stadium waarin Cirrus zit, is lastig voor een bank,” bekent Robbers. “De preseed-fase is achter de rug. Het bedrijf wil nu voluit de markt op en daarvoor is veel kapitaal nodig. Maar een trackrecord van jaarcijfers en garanties ontbreekt. Dan kijken we toch hoe het wel kan. Door bijvoorbeeld product, potentie en ondernemerschap te beoordelen. Als er vertrouwen is en het voor de bank simpelweg niet mogelijk is om de hele financieringsbehoefte alleen te dekken, zoeken we samen verder.”

Concrete contacten

Daarom nodigde Rabobank Utrecht Sivertsen uit voor de Meet & Grow-bijeenkomst op 19 januari in Amersfoort.

“Dat heeft een aantal concrete contacten opgeleverd,” aldus de Cirrus-CEO. “Onder meer met Port4Growth, een organisatie die groeiondernemers helpt bij hun ontwikkeling. Verder blijkt dat de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland ondersteunt bij buitenlandse expansie, onder meer door het faciliteren van marktonderzoek. Ook kwam ik in contact met Money Meets Ideas, een platform van informal investors. Zij zijn voor ons binnen hun netwerk op zoek naar investeerders.”

Hoe eerder dat resultaat oplevert, hoe beter. “Alle randvoorwaarden voor aanvullende financiering zijn aanwezig; een ijzersterk product, een organisatie met voldoende body en ontwikkelcapaciteit. Plus een kansrijke markt, nationaal en internationaal. Er zijn plannen voor expansie in de VS, Scandinavië en zelfs Iran. De motor draait maar er is meer brandstof nodig voor marketing en verdere productontwikkeling. Pas dan kunnen we echt gas geven.”

Verbindende rol

Over de ondersteuning van Rabobank in de huidige fase van zijn bedrijf is Sivertsen positief. “Pascal’s betrokkenheid heeft me positief verrast. Ik zie onze relatie als een partnership dat ook op lange termijn waardevol is.”

Die constatering sluit aan bij de veranderende rol van Rabobank, stelt Robbers. “Financieringstrajecten duren langer. Voor ondernemers zijn ze intensiever en complexer dan het vertrouwde één-op-één bankkrediet. Maar ook voor ons als bank is het best even wennen. Financieel registerschap vereist aanvullende kennis en vaardigheden, en soms ook een andere mindset. Maar het is wel een verbindende rol die perfect past bij het coöperatieve karakter van deze bank.” ■

Van Oord Citroën & DS nu ook in Zeist

Auto Boll wordt Van Oord – Boll Zeist

In de gehele autobranche is voortdurend sprake van een bundeling van krachten en samenvoegen van autobedrijven. Zo hebben Auto Boll en Van Oord besloten om alle bedrijfsactiviteiten van Auto Boll Citroën en DS onder te brengen bij Van Oord.

Het verschil is van Oord!

Vanuit onze drie vestigingsplaatsen in de Randstad: Maarssen, De Meern (Leidsche Rijn) en Zeist vertegenwoordigen wij de merken Citroën & DS & Suzuki in Midden-Nederland. Ons bedrijf in Maarssen verwierf zelfs als een van de eersten het officiële Citroën-dealerschap in Nederland. Een positie waarop wij bijzonder trots zijn. Over ons belangrijkste doel richting klanten kunnen wij heel duidelijk zijn: rijplezier en persoonlijke aandacht!

Waar staan wij voor?

Van Oord wil het verschil maken door bij sales en after-sales als teamplayer in de markt te opereren. Wij nemen onszelf en dus ook de klant serieus! Het aspect humor speelt hierbij zeker een rol. Wij behandelen de klant zoals ook wij graag behandeld zouden willen worden. Aspecten zoals vriendelijkheid, oprechtheid en het zoeken naar het belang van de klant spelen hierbij een cruciale rol. Hierin willen wij als van Oord graag het verschil maken! ■

VAN OORD BOLL ZEIST B.V.

Pijlstaartlaan 1 - 3704 HS Zeist - Tel. 030-2542060

VAN OORD LEIDSCHER RIJN B.V.

Landzigt 28 - 3454 PE De Meern - Tel. 030-6582700

VAN OORD MAARSSSEN B.V.

Straatweg 1 - 3604 BA Maarssen - Tel. 030-6582750

www.vanoord.nl



Lean&Duurzaam



vandenpol.com

HUREN?



DE PERFECTE KANTOORRUIMTE OM SUCCESVOL TE KUNNEN ONDERNEMEN

SMALL BUSINESS SUITES:

- 40 TOT 100 M² BVO
- HOOG OPLEVERINGS NIVEAU
- DIVERSE EXTRA VOORZIENINGEN

OFFICE SPACES:

- TOT 4.000 M² BVO
- INRICHTEN NAAR EIGEN INZICHT

SMALL BUSINESS SUITES

Bent u een ambitieuze start-up of ZZP'er? Dan zijn de Small Business Suites, 40 tot 100 m² BVO, wellicht een slimme keuze voor u.

€550,- PER MAAND*

OFFICE SPACES

Office Spaces beschikt over vloeren tot zelfs 4.000 m² die u geheel naar eigen inzicht kunt inrichten.

€125,- PER M² (P.J.) CASCO*

€160,- PER M² (P.J.)

'TURN KEY DELIVERY'

*EXCL. SERVICEKOSTEN

Voor meer informatie bekijk:
BISONOFFICES.NL



- Inspirerende omgeving
- Vergaderruimtes
- Kinderdagopvang
- Energielabel B
- Lunch Area en horeca in de nabijheid
- Boven levendig winkelcentrum
- Koffiebar
- 1000 gratis parkeerplaatsen
- Buitenterras
- Direct aan NS-station
- Vijf minuten vanaf de A2
- Buslijnen 16, 17, 32, 34, 36, 37, 38 en 39
- Inpandig fietsenstalling
- En veel meer



Rob Eradus

De kracht van netwerken en samenwerken

Het kabinet Rutte heeft in de afgelopen jaren steeds meer verantwoordelijkheden bij lagere overheden gelegd. De betekenis van met name gemeenten neemt toe. Volgens werkgeversvereniging VNO-NCW Midden, de belangenbehartiger van ondernemers in de provincies Utrecht, Gelderland, Overijssel en Flevoland, is dat merkbaar. "Gemeenten en provincies weten ons steeds beter te vinden," zegt Jacco Vonhof, voorzitter VNO-NCW Midden.

De vereniging heeft afgelopen periode sterk ingezet op een strategische focus op vijf lobbypunten voor een goed ondernemersklimaat. Voor lobbyinput en feedback is er intensief contact met leden. Volgens Vonhof werpt dat zijn vruchten af. "We zoeken heel bewust meer samenwerking met branches, bedrijvenkringen en VNO-NCW Den Haag om onze doelen te bereiken. Dat laat een stevige uitkomst zien in onze belangenbehartiging voor ondernemers in de regio. De positie van regionale vereniging is daarmee versterkt; we weten aantoonbaar invloed uit te oefenen op de provinciale en regionale politiek. In het licht van decentralisatie van overheidstaken is dit een belangrijk gegeven."

Lobbyresultaten

Voorzitter van VNO-NCW in Utrecht, Rob Eradus, vult aan: "Om de regionale lobby nog meer kracht bij te zetten, werken we in de eerste helft van 2016 aan een fusie van de regio's Eemland en Utrecht. Dit betekent effectievere inzet van het verenigingsbureau en bestuursleden, het vergroten van het netwerk en meer mogelijkheden voor het delen van expertise." Met enkele concrete voorbeelden van lobbyresultaten laat Eradus zien wat de kracht is van het netwerken en samenwerken. "Mede door onze inzet is de Human Capital Agenda van de Economic Board Utrecht tot stand gekomen, met nadruk op versterking van de sectoren ICT, techniek en zorg. We spelen een actieve rol bij de oprichting en uitvoeringstaken van

de regionale werkbedrijven in ons gebied, waar we inzetten op goede dienstverlening en transparantie in aanbod van werkzoekenden. De campagnes Alleen talent telt! (Utrecht) en Let's workmate (Eemland) bieden u alle praktische informatie. Die blijven we optimaliseren en continueren in 2016."

Toekomstbestendige ring

Eradus wijst verder op het sterke netwerk van HR-professionals waaraan gebouwd is. Het netwerk zet zich in voor duurzame inzetbaarheid van medewerkers. Daarnaast blijft de vereniging focus houden op knooppunt Hoevelaken, A27/A12 en A27/A1 en de problemen rondom de tunneldosering van de Leidsche Rijntunnel (A2). Het onderzoek naar de aansluiting A1/A30 is in 2015 mede door inzet van VNO-NCW Midden geagendeerd. "Speciale aandacht blijft gaan naar de Noordelijke Randweg Utrecht. We pleiten voor een robuuste en toekomstbestendige Ring," zegt Eradus.

Meepraten en netwerken?

VNO-NCW Utrecht organiseert regelmatig bijeenkomsten voor ondernemers, waar netwerken en de lobbyissues centraal staan. Kijk voor data op www.vno-ncwmidden.nl/utrecht. ■

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.

★★★★★
Oud London
 MEETING & EVENTS

Uw bijeenkomst bij Oud London, want het resultaat telt,.... toch?

Hotel Restaurant Oud London ° Woudenbergseweg 52 ° 3707 HX Zeist
 t 0343-49 12 46 | www.oudlondon.nl e sales@oudlondon.nl

CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN

CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

Download onze App
 iOS + Android

www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg



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



**Mariënhof
Amersfoort**

MONUMENTAAL STADSKLOOSTER IN HET HARTJE VAN AMERSFOORT!
VERGADEREN - CONGRESSEN - EVENEMENTEN - UNIEKE CONCEPTEN

www.marienhof.nl | 033 463 29 79 | zoelverhuur@marienhof.nl

Cursus- en vergadercentrum

DOMSTAD

“Onze transparante prijsstelling kan het daglicht zeker verdragen”

Ervaar de lichte zalen en heldere offertes

www.accommodatiedomstad.nl




de Hoefslag
symbiose van fine dining, bistro, bar en conference

Lunch, diner en vergadering mét ster

Beleef de nieuwe Hoefslag en reserveer nu een van de vergaderzalen!

Nu ook lunch in de bistro.

Vossenlaan 28, 3735 KN Bosch en Duin
030 225 1051 | www.hoefslag.nl



**Muntgebouw
Utrecht**

UNIEKE LOCATIE VAN WAARDE, CENTRAAL GELEGEN EN UITSTEKEND BEREIKBAAR!

VERGADEREN - CONGRESSEN - EVENEMENTEN - UNIEKE CONCEPTEN

www.muntgebouw-utrecht.nl | 030 291 04 33 | zoelverhuur@muntgebouw-utrecht.nl



UniePlaza


Werkplek, vergaderruimte of congreszaal nodig?
Welkom bij UniePlaza in Culemborg!



- 5 minuten loopafstand treinstation & gratis parkeren
- 20% welkomstkorting op zaalhuur

Kijk voor meer informatie op www.Unieplaza.nl
T: 0345-851232 - E: unieplaza@unieservices.nl



Landgoed Zonheuvel

Amersfoortseweg 98 | 3941 EP Doorn
info@landgoedzonheuvel.nl | 0343 47 35 00
WWW.LANDGOEDZONHEUVEL.NL

Vineyard food & drinks
to go • to stay • to work

De hotspot van Lage Weide
Geopend voor ontbijt, lunch, borrel & diner

Atoomweg 63, Utrecht
www.vineyardfoodanddrinks.nl



Stichting LIVA biedt ouders de helpende hand

“Alle aandacht voor je kind”

Wat doe je als je zorgintensieve kindje meerdere keren per week naar het ziekenhuis moet, of met regelmaat opgenomen moet worden? Dan zet je als ouder alles opzij en maak je je alleen nog maar zorgen om de gezondheid van je kleintje. Helaas brengt dit wel de nodige financiële en psychische consequenties met zich mee. Ervarensdeskundige Imke Emons richtte stichting LIVA op om ouders van onder andere zorgintensieve kinderen een helpende hand te bieden.

Imke Emons en haar partner kwamen in een lastig parket terecht toen bij geboorte van hun tweeling Xavi en Fleur hun zoon-tje Xavi een ernstige hartafwijking bleek te hebben. Er volgde een lange periode van opname en veel ziekenhuisbezoek. Hun financiële middelen raakten langzaam maar zeker uitgeput en Emons' partner kreeg last van een posttraumatische stressstoornis door alles wat er gebeurd was.

Geen potjes

Emons klopte onder andere aan bij de gemeente en haar zorgverzekering, maar beide instanties konden helaas niet veel voor haar betekenen. Zij vond het maar moeilijk om te geloven dat er in Nederland zo weinig geregeld was voor ouders die in deze situatie zitten. “Helaas vallen er heel veel gezinnen met onder andere zorgintensieve kindjes veelal buiten de zo genoemde “potjes”. Als gevolg hiervan ondervinden deze gezinnen financiële moeilijkheden. Want als je kindje doodziek is, denk je niet na over kosten voor brandstof, parkeren, maaltijden in het ziekenhuis of een verblijf in een RonaldMcDonald Huis. Totdat op een dag het geld op is.”

Steun

Haar verhaal werd opgepikt door Telegraaf Vrouw en het programma ‘Puur

Geluk’ van RTL 4. Gesteund door alle positieve reacties besloot Emons in juli 2015 stichting LIVA op te richten. “Ik weet dat wij absoluut niet het enige gezin in Nederland zijn die in een soortgelijke situatie zitten. Ik wil met stichting LIVA alle ouders die problemen hebben ervaren rondom de bevalling, na de geboorte van hun kind of bij het overlijden van

“Doneren aan stichting LIVA is extra aantrekkelijk vanwege de status als ANBI.”

hun kind, een helpende hand bieden.” Inmiddels zijn er diverse vrijwilligers aangesloten bij de stichting. Dit zijn mensen die een soortgelijke situatie hebben meegemaakt. Zij zijn 24 uur per dag beschikbaar om steun te geven en vragen te beantwoorden. “Ook werken wij met LIVA-experts. De rij met hulp wordt met de week groter; momenteel zijn er een psycholoog, jurist, gezinscoach, neonatologie verpleegkundige en smartcoach/kinderfluisteraar. Deze

experts voorzien hulpbehoevende ouders van gratis advies. Naast de experts betalen wij momenteel al met regelmaat de benzine in de vorm van tankkaarten. Ook regelen wij parkeerkaarten en de verblijfskosten in het Ronald McDonald Huis. Maar ook geven wij de kindjes die al heel lang in het ziekenhuis verblijven een knuffel/ballon met een kaartje. Want in het begin hangen de kamers nog vol kaarten maar bij langdurige opname zie je dat dit steeds minder wordt.”

ANBI

Emons heeft nog twee bijzondere doelen die zij op langere termijn hoopt te kunnen waarmaken. “Ik wil graag mensen een weekend of midweek weg cadeau geven zodat zij even op adem kunnen komen. Want veel mensen vergeten hoe heftig en zwaar de zorg voor deze gezinnen is. Ook voor het broertje of zusje is het soms best moeilijk. Verder zoek ik mogelijkheden tot samenwerking met locaties in de buurt van het ziekenhuis waar hun kindje is opgenomen en waar gezinnen volledig gratis kunnen verblijven. Dit kan gerealiseerd worden zodra de donaties echt goed op gang komen!” Doneren aan stichting LIVA is extra aantrekkelijk vanwege de status als ANBI. Dit betekent dat bedrijven en personen geen belasting over hun donatie betalen



en LIVA 100% eerlijk en open is in wat met de donaties wordt gedaan. Voor de donateur is het heel prettig om te weten dat zijn gift aftrekbaar voor de belasting is. Emons: “Bovendien werkt iedereen bij LIVA volledig op vrijwillige basis.”

Overeenkomst

Michael van Munster, uitgever van onder andere Utrecht Business en eigenaar van Van Munster Media Groep, werd erg geraakt door het verhaal van Emons. Op 17 november ondertekende hij een samenwerkingsovereenkomst met stichting LIVA. Van Munster Media zal de stichting helpen met het genereren van publiciteit. “Mijn motivatie om me aan LIVA te binden is deels persoonlijk. Een

aantal van mijn medewerkers heeft in een soortgelijke situatie gezeten waarbij er bij de geboorte van hun kind complicaties optraden. Dan heb je geen fijne start van het ouderschap, terwijl de kraamtijd toch een periode is waar je van moet kunnen genieten. Bovendien vind ik dat kleinere stichtingen die geen budget voor publiciteit hebben, ook recht hebben op aandacht. Ik hoop dat veel bedrijven en particulieren ons voorbeeld zullen volgen en dit prachtige initiatief gaan steunen!” Emons is ontzettend blij met de samenwerking. “Ik vind het geweldig dat Van Munster Media Groep zich op deze manier wil verbinden aan stichting LIVA. Mede met hun hulp hoop ik zo veel mogelijk ouders te kunnen helpen zodat

zij al hun aandacht kunnen vestigen op hun kind, en niet afgeleid worden door financiële problemen.” ■

Meer informatie over stichting LIVA vindt u op www.stichtingliva.nl en www.facebook.com/stichtingliva. Donaties zijn van harte welkom. Ook is een speciale LIVA armband ontworpen in samenwerking met JaceysJewellery. De opbrengst van deze armband gaat naar stichting LIVA. Bestellen kan via www.jaceys.nl.

WOERDEN, Edisonweg 15



Pré executieverkoop van een complex met een indicatieve bruto vloeroppervlakte van circa 4.550 m², gelegen op totaal 6.345 m² kavels en globaal als volgt ingedeeld:

- circa 3.200 m² bedrijfsruimte op de begane grond
- circa 675 m² kantoor/showroom op de begane grond
- circa 675 m² kantoor/showroom op de 1^e verdieping.

Het object dient in de huidige staat gekocht te worden met alle zichtbare en onzichtbare gebreken (as is, where is).

Onvoorwaardelijke bieding gewenst

BODEGRAVEN, Brugstraat 1



Woon-werkpand met monumentale uitstraling (bj 1880) bestaande uit circa 406 m² in 3 bouwlagen. De begane grond is thans in gebruik als apotheek, de verdiepingen zijn gedateerd. Tevens casco bijgebouw van 89 m² in 2 lagen (bj 1923). Totale kavel 463 m².

Bestemming:
bedrijven, detailhandel, dienstverlening, wonen, ondersteunende horeca, kamerverhuur en logies.

Koopsom € 375.000 k.k. vrij van BTW

WOERDEN, Steinhagenseweg 2^A



Modern solitair kantoorpand in 4 bouwlagen. Er is 276 - 2.183 m² kantoorruimte beschikbaar.

- Voorzieningen:**
- gezamenlijke entree aan voor- en achterzijde
 - gezamenlijke lift voor max 13 personen of 1.000 kg
 - verwarming, koeling en luchtbevochtiging
 - ruime parkeergelegenheid

Huurprijs € 115 per m² per jaar

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

BUSINESS FLITSEN

UTRECHT OPNIEUW IN ECONOMISCHE TOP EUROPA

Het investeringsklimaat van stad en regio Utrecht behoort volgens The Financial Times tot de top van Europa. Zij scoren hoog op “connectivity” (bereikbaarheid, internetgebruik en snelheid), human capital (onderwijs, meertaligheid, opleidingsniveau) en hun strategie voor het aantrekken van buitenlandse investeerders. Onderzoekers van The Financial Times verzamelden voor de ranking gegevens van 468 steden en regio’s in Europa. De stad Utrecht scoort plek zes in de overallcategorie “mid-size cities”. De regio scoort top 10-posities op drie van de zes gemeten onderdelen. Met dit resultaat staat Utrecht net als in 2012 en 2014 in de Europese top.

Foto: Jansen Drenth/Toerisme Utrecht



BISON OFFICE SPACES

Bison office spaces is een bijzonder complex van vier volledig duurzaam gerenoveerde kantoorstorens (energielabel B). Deze torens zijn gebouwd op een winkelcentrum met meer dan 90 winkels en diverse horecavoorzieningen. Centraal gelegen in het land, direct naast het station Maarssen. De bereikbaarheid met zowel auto als ov is goed; parkeren is vrij. In één van de torens bevindt zich een kinderopvang. In Bison office spaces zijn kantoren mogelijk van 20 tot 4.000 m². Voor ambitieuze start-ups of zzp’ers die ruimte zoeken met een hoog ople-

veringsniveau en een scherpe prijs zijn de Small Business Suites een slimme keuze. Bison Offices zorgt ervoor dat alle basiszaken goed geregeld zijn. Ondernemers kunnen zich volledig focussen op hun corebusiness. Tal van extra facilitaire voorzieningen staan ter beschikking; van het gebruik van vergader- of spreekruimte tot een lunchmogelijkheid op het dakterras. Ook een groter kantoor is mogelijk. Office Spaces zijn er zelfs tot 4.000 m² op één grote gelijkvloerse ruimte.



MARIA VAN DER HEIJDEN VOLGT WILLEM LAGEWEG OP BIJ MVO NEDERLAND

Maria van der Heijden volgt per 1 juli Willem Lageweg op als directeur-bestuurder van MVO Nederland. Zij werkte eerder in het bedrijfsleven, onder meer in managementfuncties bij Bloemenveiling Flora Holland en Rabobank. Van der Heijden is medeoprichter van Women on Wings, een sociale onderneming die die arbeidsparticipatie van Indiase vrouwen bevordert. Als partner van het eerste uur kent ze MVO Nederland goed. Lageweg verlaat de organisatie op eigen verzoek. “Het waren mooie jaren en de organisatie staat er met een goed team en een veelbelovende leiding goed voor.”

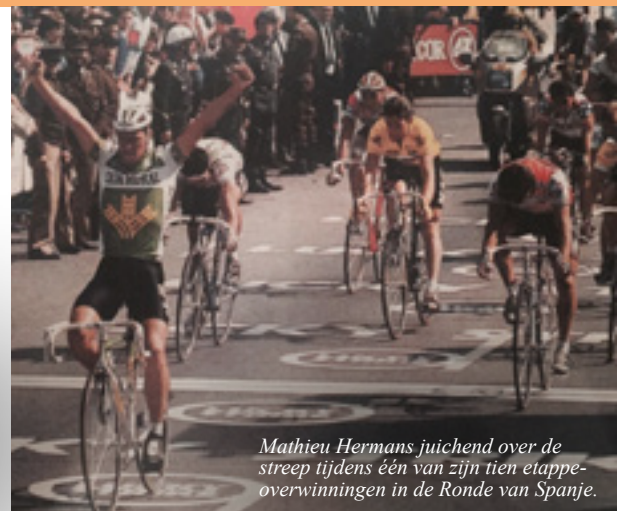
Op naar de Vuelta 2019 en daar voorbij

Van Mathieu Hermans naar Tom Dumoulin

Na het enorme succes van de Grand Départ in 2015 is binnen het BPU de logische smaak naar meer aansprekende wielerevenementen ontstaan. Daarom verbreedt het BPU haar horizon met een scherp en onverminderd ambitieuze focus: het BPU als een zeer actieve netwerkorganisatie gericht op het realiseren van het openingsweekend van... dé Vuelta 2019 in Utrecht.



BPU bestuursvoorzitter Cor Jansen samen met Vuelta 2015-revelatie Tom Dumoulin bij de start van de Grand Départ 2015.



Mathieu Hermans juichend over de streep tijdens één van zijn tien etappeoverwinningen in de Ronde van Spanje.

Bevlogen bestuursvoorzitter Cor Jansen vertelt: “Met de ambitie om de Vuelta binnen te halen, zet het BPU zich in om van Utrecht de eerste stad ter wereld te maken die alle drie de grote wielerrondes binnen haar grenzen heeft gehad. Uniek en passend ook binnen de ambities van de stad en regio. Daarbij dragen we ook bij aan de missie om de ‘Utrechtse regio als meest leefbare economie (Healthy Urban Living) van Europa’ te kunnen positioneren. Utrecht staat voor de meest competitieve regio van Europa waar (regionale) samenwerking op basis van coalitievorming plaatsvindt. Met het binnenhalen van de Vuelta willen

we niet alleen een groot sportevenement in stad en regio laten plaatsvinden, maar ook de regionale samenwerking verder versterken en op een nieuw schaalniveau brengen.”

BPU-Lidmaatschap

Het BPU ondersteunt de ambitie van Utrecht als “Bicycle capital of the world” door middel van de lobby voor aansprekende internationale wielerevenementen, zoals nu de Vuelta, naar Utrecht te halen. “Om dit voor elkaar te krijgen, is het belangrijk om het netwerk wat we met de Utrechtse ondernemers hebben te continueren, duurzaam te onderhouden, te

verdiepen en daardoor slimme partnerschappen en coalities te verzilveren,” weet Jansen. Daarom biedt het BPU ook voor de komende vier jaar een lidmaatschap aan. Hiermee ondersteunen leden de lobby voor de Vuelta (en de daarmee te bereiken ambitie) en profiteren ze van tal van netwerkactiviteiten. “Doel is natuurlijk opnieuw een enorm feest voor de stad en regio te beleven!” In ruil voor het lidmaatschap organiseert het BPU wielercafés en andere evenementen en activiteiten. “Uiteraard bezoeken we de start van de Giro in Gelderland. Ook organiseren we een wielertrip naar Spanje in het weekend van 19-21 augustus. Daar gaan we de start van de Vuelta 2016 meemaken, kijken, proeven, netwerken en voor wie dat wil samen natuurlijk fietsen.” Vanaf nu is het ook mogelijk voor leden mee te denken in open vergaderingen. Zo krijgen zij kans om actief mee te denken en te doen: verbinden, verbreden, verdiepen en verzilveren.”

Meer informatie:

Op de nieuwe website www.businesspelotonutrecht.nl is informatie over het BPU, haar nieuwe ambitie en activiteiten te vinden. Bij aanmeldingen en vragen: info@businesspelotonutrecht.nl.

MATHIEU HERMANS AMBASSADEUR VUELTA 2019

Het BPU is er buitengewoon trots op te kunnen melden dat tienvoudig ritwinnar (waarvan maar liefst zes in de Vuelta 1988, één van de mooiste jaren in de Nederlandse sportgeschiedenis) Mathieu Hermans ambassadeur is van de Utrechtse plannen voor de Vuelta 2019. Hermans is vanwege zijn geweldige wielercarrière en bijzonder goede netwerk in Spanje de uitgelezen ambassadeur voor de Utrechtse ambitie om de eerste stad ter wereld te worden met alle drie de grote rondes binnen haar stadsgrenzen. “Met de geweldige Spaanse wielergeschiedenis van Mathieu Hermans willen we natuurlijk de logische stap maken naar de wielertoekomst van Tom Dumoulin, de revelatie van de Vuelta vorig jaar: het credo van onze BPU-lobby: van Mathieu naar Tom.”

UIT UIT! UIT UIT! U



TERUG VAN WEGGEWEEST: ANDRÉ MANUEL

Een ouwe rot die zichzelf herontdekt: dat is André Manuel. En het gevolg? Ook pers en publiek herontdekken hem. En terecht, want hoewel deze Tukker eigenlijk al 25 jaar hetzelfde kunstje flikt (bikkelharde satire op een authentieke manier), blijft hij een genot voor oog en oor. In de jaren tachtig en negentig brak Manuel door en had hij succes, daarna kwam de klad erin. Het grote publiek liet de bulderende kwajongen “links” liggen. Nu is hij terug en riep de Volkskrant hem onlangs uit tot “één van de meest inspirerende cabaretiers van Nederland”. Een kwalificatie die ik deel, omdat Manuel geestig is en (vaak) gelijk heeft.

Te zien op 8 april in Podium Hogewoerd in Leidsche Rijn, op 22 april in Calypso, Wijk bij Duurstede en op 13 mei in de Stadsschouwburg Utrecht. www.bunkertheaterzaken.nl



BEANGSTIGEND GOED

De Engelse band Dire Straits mag dan al twintig jaar geleden zijn gestopt, hun muziek blijft onverminderd populair. En dankzij The Dire Straits Experience leeft de erfenis van dit legendarische gezelschap ook op het podium voort. Met in de gelederen Dire Straits-lid Chris White (sax) en Chris Whitten (drums tijdens de On Every Street-tour in '91/'92) brengt deze verzameling topmuzikanten alle tijdloze hits. Frontman Terence Reis zet daarbij een beangstigend goede Mark Knopfler neer, zowel qua zang als gitaarspel. Een heerlijke trip down Telegraph Road, eh memory lane!

Te zien op 10 maart in TivoliVredenburg, Utrecht.
www.tivolivredenburg.nl

EINDELIJK EEN ODE AAN TOMMY COOPER

Mijn jeugdidool, absoluut. Om niemand anders heb ik tijdens mijn tienerjaren zo moeten lachen als om deze Britse komiek, die van elke “failure” een succes wist te maken. Geen enkele goocheltruc lukte maar dat deed Cooper niet of nauwelijks. Als hij er maar om kon lachen. De VARA zond zijn tv-shows in de jaren zeventig wekelijks uit. Legendarisch zijn de grappen die steevast flauw waren, maar briljant werden gespeeld. Tommy Cooper is voor velen een inspiratiebron geweest. Ook voor Toneelgroep Maastricht dat met deze parabel over de schoonheid van het klein menselijk streven een juweeltje in huis heeft. Te meer vanwege het tragikomische spel van René van 't Hof, de humor van Jan Jaap van der Wal en de muziek van Vincent van Warmerdam. Gaat dit zien!

Te zien op 25 maart in De Kom, Nieuwegein en op 12 april in de Stadsschouwburg Utrecht.
www.toneelgroepmaastricht.nl



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

ADVOCAAT VAN **DE DUIVEL**

Na het succes van *De Verleiders* is er nu *Advocaat van de Duivel*. Opnieuw is het thema macht en geld, opnieuw speelt Victor Löw de hoofdrol, deze keer samen met Waldemar Torenstra. In de voorstelling – losjes gebaseerd op de film *The Devil's Advocate* (Al Pacino en Keanu Reeves) – wordt een jonge ambitieuze advocaat partner van een groot kantoor. Maar ondanks zijn torenhoge salaris en een groot nieuw appartement knaagt er iets. Al snel realiseert hij zich dat hij dit alles aan de grote baas te danken heeft, die hem als een vader in de armen sluit maar ook als een gevangene aan de ketting legt.

Te zien op 30 maart in De Lampegiet, Veenendaal, op 6 april in De Flint in Amersfoort en op 9 en 11 mei in de Stadsschouwburg Utrecht. www.bostheaterproducties.nl



Foto Raymond van Olfphen

JAN EN MATTHAÛS

Tien jaar geleden stond zanger, tekstdichter en componist Jan Rot met zijn bewerking van de Matthaüs Passion in het Beauforthuis. Nu komt hij hier terug met zijn persoonlijke ode aan dit magistrale werk dat het lijdens- en sterfverhaal van Jezus vertelt, in het Evangelie volgens Matthaüs. Jan Rot werd musicus in 1978 maar brak pas bij het grote publiek door in 2000. Hij zong tientallen liedjes en kreeg ook bekendheid als vertaler van talloze hits en van bewerkingen van klassieke composities, zoals de Matthaüs Passion van JS Bach.

Te zien op 20 maart in het Beauforthuis in Zeist. www.beauforthuis.nl

LUSTRUM MET **DRIE HOOGTEPUNTEN**

De Universiteit Utrecht viert dit jaar haar 76^e lustrum. Daarom is er een lustrumprogramma met drie hoogtepunten. Waaronder op 31 maart het UUnited Muziekfestival in TivoliVredenburg met gastoptredens van onder meer Arjen Lubach en Ingmar Heytze. Op 3 april staat de Utrechtse Culturele Zondag in het teken van 'Science in the City'; een gevarieerd programma op diverse locaties waarbij de universiteit de verbinding met de stad legt. Op 21 mei is er de Maskerade; een gekostumeerde tocht, in samenwerking met het Utrechtsch Studenten Corps, met Don Quichot als thema. Alle activiteiten zijn vanzelfsprekend openbaar en staan in het teken van *create, connect en celebrate*. Ze zorgen voor een andere kijk op de 380 jaar oude Universiteit Utrecht.

www.uu.nl/lustrum



Foto Casper Koester

NOG BETER DAN DE FILM?

In dit gelauwerde stuk van Patrick Marber treffen vier verloren zielen elkaar in een metropool (in deze bewerking de binnenstad van Amsterdam). Een ex-stripper, een bange schrijver, een kunstfotograaf en een recht-voor-zijn-raap dermatoloog voelen zich als magneten tot elkaar aangetrokken. Allen zijn ze op zoek naar contact, naar een schuilplaats in de liefde. *Closer* kreeg in 2004 mondiale bekendheid door de intrigerende film van Mike Nichols (met onder andere Clive Owen, Julia Roberts, Natalie Portman en Jude Law). Toch vind ik het verhaal zich nog beter lenen voor de intimiteit van het theater. Met onder meer Reinout Scholten van Aschat (winnaar Gouden Kalf 2012).

Te zien op 8, 9 en 10 maart in TheaterKikker en op 2 april in Singer, Laren. www.likeminds.nl



Restaurant Tante Koosje

Gastronomie met sentiment en beleving

Spreekt u al een woordje Russisch? Volgens sommige politici en NAVO-generaals zou het elke Nederlander zomaar van pas kunnen komen. 'Býstro' betekent 'snel'. Hoewel de etymologen het niet zeker weten, zou ons woord bistro daarvan afgeleid kunnen zijn. Toen de Russen, die iets ten zuiden van Den Helder geland waren, tegen de troepen van Napoleon en de Bataafse Republiek vochten, vonden zij kennelijk dat de bediening in de taveernes, estaminets en staminees ietwat traag verliep. Ach ja, 'grattez le Russe, vous trouverez le Cosaque'. 'Bistro Tante Koosje' staat op het nostalgische uithangbord dat aan het oudtijds pandje bevestigd is. Niets is minder misleidend.

TEKST JASON VAN DE VELTMAETE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

Restaurant Tante Koosje is gevestigd in een monumentje dat zich kenmerkt door een lage lijstgevel, uitlopende in topgevels met zadeldak. Ondanks de rustieke uitstraling van dit voormalige woonhuis zal geen Nederlander zich door het uithangbord met “bistro” op het verkeerde been laten zetten. Dit restaurant heeft immers al sinds 1998 een Michelinster (met een korte onderbreking in 2004). Toeristen die dat niet weten, doen er goed aan om buiten eerst even op de menukaart te kijken, want Tante Koosje valt in de categorie “prijzig”.

Honkvast

Toen chef-kok Roland Veldhuijzen tien jaar geleden hier aantrad, was hij niet onmiddellijk gecharmeerd van zijn nieuwe omgeving. “Ik vond het een ouwe zoi,” zegt hij onomwonden. “Maar na verloop van tijd werd ik er verliefd op.” Dat laatste is begrijpelijk, want de tijdloze authenticiteit en de huiselijkheid van de restaurantruimte, het bovenzaaltje en de “huiskamer” zullen weinigen onberoerd laten.

Veldhuijzen werkte voorheen in o.a. De Bokke-doorns (twee sterren), De Hoefslag (ster) en Chapeau! (ster), dus hij was wel wat gewend. In het pittoreske Loenen aan de Vecht heeft hij alles wat zijn kokshart begeert. Als ontboezeming moge dit gelden: “Voor mij is het soort publiek heel belangrijk. Dat is hier vrij divers: van jong tot oud, zakelijk en particulier; vrijwel allemaal leuke mensen. Ik ben nu 51 en sta elke avond met enthousiaste, jonge koks te werken in een klein team. Ik maak nog steeds mijn eigen werkplek in de keuken schoon. Ik hoef niets anders.”

Maitre Robert-Jan Smeding is bijna net zo lang verbonden aan Tante Koosje als Veldhuijzen. Ook hij geniet van de sfeer: “Zakelijke gasten die in kostuum binnenkomen en even later het jasje en de stropdas naar de garderobe laten brengen... Prachtig! Iedereen kan zich hier echt op zijn gemak voelen.”

Dit restaurant is weliswaar eigendom van een

investeringsmaatschappij die tal van panden bezit – niet alleen horeca – maar Veldhuijzen en Smeding kunnen helemaal hun eigen gang gaan. Ongetwijfeld verklaart ook dat waarom deze twee mannen zo honkvast zijn. “Wij beschouwen Tante Koosje als onze eigen zaak,” aldus de gelauwerde chef-kok.

Taoïsme in Loenen

Het is al vermeld: de à la carte prijzen zijn... op niveau. Voorgerechten van € 22,00 tot 27,50; hoofdgerechten van € 35,00 tot 42,00. Gasten die de geneugten des levens een warm hart en een dikke portemonnee toedragen, zullen verlekerd door de wijnkaart bladeren; de uitschieter is een Château Pétrus van € 1250,-. “Zuinigheid en vlijt bouwt huizen als kastelen,” luidt het spreekwoord, dus ik liet – met het oog op een toekomstig château – de Pétrus aan mij voorbijgaan en koos voor het wijnarrangement, bij Menu Tante Koosje (vier gangen: € 62,50).

Het eerste voorgerecht bestond uit gebrande Noordzee tongfilet met gerookte paling, yacon, hazelnootkrum, frisée en vinaigrette van toszu azijn. De tong was iets te ziltig; daardoor kwam het subtiele zoet van de yacon niet tot zijn recht. De mildzure Japanse toszu correspondeerde prettig met onze vette paling. Het bittertje van de frisée maakte het smakenspectrum compleet. Het volgende gerecht bracht een verrassing: een plakje zolderspek (erg lekker) op de filet van skrei. Verder: monniksbaard en een crème van aardappel en citroenolie. Veldhuijzen combineert graag vlees met vis. Talloze malen heb ik een kok gevraagd wat “de filosofie achter het fornuis” is; Veldhuijzen gaf als eerste een filosofisch antwoord: “Ik houd van yin en yang in de gerechten.” Taoïsme in Loenen – dat pakt goed uit. Het zolderspek is overigens afkomstig van Slagerij van Broekhuizen uit Dalfsen. Veldhuijzen: “Hij rookt dat spek zo mooi! Je ruikt en proeft dat het alle tijd gekregen heeft. In de combinatie met skrei geeft het gewoon een stukje beleving.”



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.

Totaalbeleving

De *signature dish* van Veldhuijzen is gegrild Fries suikerbrood met gebakken eendenlever. Dat suikerbrood koopt hij nog steeds in Heerenveen – waar hij geboren is – bij de bakker met wie hij vroeger gevoetbald heeft. Alleen dáárom (voor het gerecht én voor het mooie sentiment) zou je toch al een bezoek brengen aan Tante Koosje?

Ik moet er een keer voor terugkomen, want in ons menu zat geen suikerbrood. Wel gegrilde coquille Saint-Jacques met geraspte wintertruffel, Carnaroli risotto, witlof en champagnejus. Veldhuijzen kookt hoog op smaak, dus wederom gingen alle registers open. Maar op de goede manier: de manifeste smaken komen meer van de producten zelf dan van geconcentreerde jus of van sauzen. De ingrediënten zijn conjugaal, zoals in de dualiteit van yin en yang. Prima. De gelakte tamme eendenborst, met sesam en roze peper, pastinaak en pandablad, vijg en jus van gevogelte, was heerlijk, hoewel dat “sesamdekentje” op het mooie (cuisson) vlees voor mij geen toegevoegde waarde had.

En toen het natafelen... De kracht van Tante Koosje ligt in de totaalbeleving. Goed verzorgde, lekkere amuses; friandises in een meeneemblijke; goed gastheerschap... Een belangrijk pluspunt is, dat voor het menu andere producten gebruikt zijn dan die à la carte aangeboden worden. Veel keuze dus. Niet alles draait om efficiëntie. Advies: als een gast aangeeft welk type wijn hij graag drinkt (m.b.t. tannine en afdronk), probeer daar dan rekening mee te houden in het wijnarrangement. Al met al: een notering in de Top Drie. ■

Top Drie 2014-2015

	keuken	ambiance
1. Karel V (15/1)	9,0	9,0
3. 't Klooster (15/5)	8,7	8,5
De Hoefslag (15/6)	8,5	9,0
3. Tante Koosje (16/1)	8,2	8,2

In 2015-2016 ook besproken: Heren Spyker (15/4), De Keuken van Gastmaal (15/3), Diner (15/2).

Restaurant Tante Koosje
Kerkstraat 1, Loenen a/d Vecht
0294-233201

Fatsoen in zakendoen

Dat fatsoensnormen in onze samenleving achteruit hollen, werd recent weer eens onderstreept door alle ophef rondom discriminerende en kwetsende berichten op Twitter en Facebook. Ik vind het onbegrijpelijk dat je zomaar anderen anoniem beledigt. Maar ach, dat is wereld van social media. In de echte wereld doen we dit niet. Toch?

Ik vrees dat ik die mening moet herzien. Ook “fatsoenlijk ondernemen” lijkt wel een uitzondering te worden. Als ik luister naar de verhalen uit mijn omgeving – en mijn eigen ervaringen daarbij optel – staat zakendoen steeds vaker gelijk aan afspraken niet nakomen, te laat of nooit reageren, valse beloftes doen en wanbetalen.

Ik ben van de oude stempel; ik geloof mensen op hun woord. Ondernemen is primair een kwestie van vertrouwen. Je weet immers niet alles en daarom stel je vertrouwen in deskundigen. Dus ga je af op het advies van accountant, autoleasebedrijf en webdesigner. Zij doen dat tenslotte ook bij jou, als ze een tekst of training willen.

Maar is dat vertrouwen terecht als je hoort dat een bevriende kindervertherapeut voor duizenden euro's het schip is ingegaan omdat ze niet meteen wist wat webhosting was? Of als een collega na afloop van een training woorden krijgt met een cursist omdat deze geen certificaat ontvangt? Of dat je zelf een bedrijf een vrijblijvend voorstel doet met een concepttekst en er bij toeval achter komt dat deze bijna letterlijk is gebruikt voor een nieuwe website? En als je daar iets van zegt, je dan meteen de wind van voren krijgt...

Maar geef jij zelf wel het goede voorbeeld, hoor ik u denken. Kom jij je afspraken na? Sta jij iedereen netjes, correct en op tijd te woord? Werk jij transparant? Absoluut, zeg ik meteen. Maar ik ga er wel kritisch over nadenken. Want ik ben niet Roomser dan de Paus. Overigens; die man lijkt mij nou net wel te vertrouwen.



Mart Rienstra

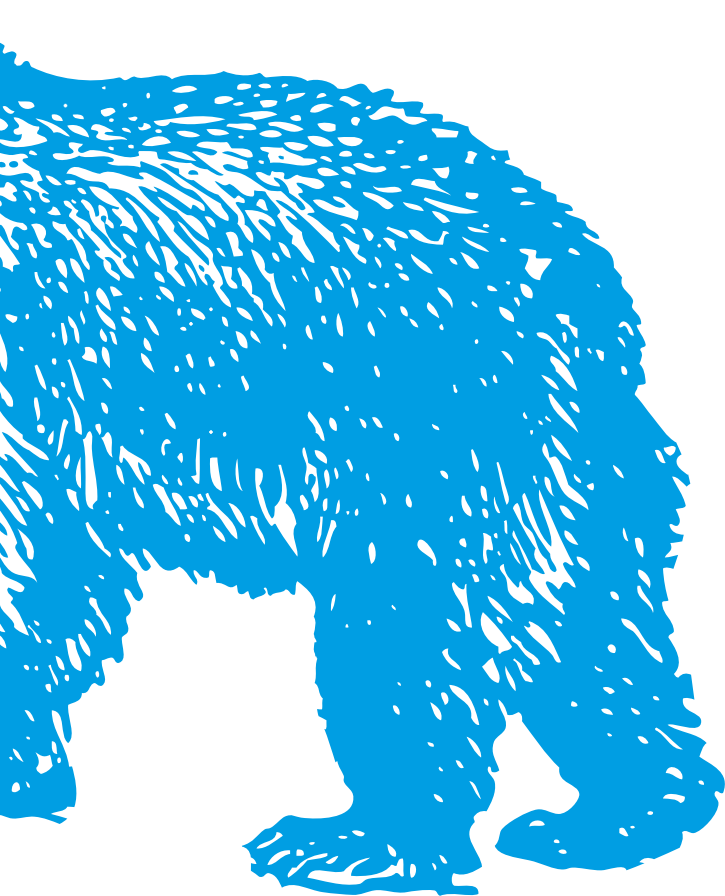
ADVERTEERDERSINDEX

naam	pagina
2 in beweging	51
BAL Media	6
Van Benthem & Keulen	6
Bison Offices	38
Engeltherm	bijlage
De Hoefslag	41
IJsselstreek Zakelijk	38
Juliana	40
Kontakt der Continenten	40
Marienhof Amersfoort	41
Van Oord	52
Oud London	40
PINC	2
Van den Pol	14, 38
Rabobank Utrecht	20
Rederij Schuttevaer	25
UniePlaza	41
Bedrijvencentrum Vechtenstein	32
Vineyard	41
Women on Wings	10

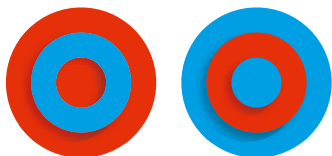
Utrecht Business 2 verschijnt op 13 mei. Hierin onder meer een focus op meeting management en human resources. Verder aandacht voor het economisch perspectief van Nieuwegein en een verslag van de Utrecht Business zakenautotestdag.

Voor meer informatie
www.utrechtbusiness.nl

Beren op de weg?



Als je beren op de weg ziet, is dat hét moment om ons erbij te halen. Hongerig als we zijn, gaan we graag met jou op jacht naar nieuwe successen. Wat gegrom onderweg houdt ons alleen maar scherp!



2 in beweging
beresterk in PR en communicatie

2inbeweging.nl

VAN OORD BEDRIJFSWAGEN VOORDEEL



NEMO

COMPACT EN
ZUINIG

VANAF € 12.180
VOORDEEL -€2.936

NU VANAF: € 9.244

PER MAAND: € 154.06



BERLINGO

MODERN, VEELZIJDIG
EN ... SLIM!

VANAF € 12.800
VOORDEEL -€3.200

NU VANAF: € 9.600

PER MAAND: € 160



JUMPY

PRAKTISCH GEBRUIKSGEMAK
EN OPTIMAAL COMFORT

VANAF € 16.685
VOORDEEL -€4.000

NU VANAF: € 12.685

PER MAAND: € 211.41



JUMPER

WERKEN ONDER DE BESTE
OMSTANDIGHEDEN

VANAF € 18.990
VOORDEEL -€5.000

NU VANAF: € 13.990

PER MAAND: € 233.16

NU BIJ VAN OORD:

- TOT 25% KORTING
- 60 MAANDEN 0% FINANCIAL LEASE

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

Prijs-, specificatie- en fiscale wijzigingen voorbehouden. Gecommuniceerde prijzen zijn excl. BTW, BPM, leges, recycling bijdrage, kosten rijklaar maken, en eventuele metallic lak. Afgebeelde modellen kunnen afwijken van de standaardmodellen. Deze Financial Lease actie wordt aangeboden door Citroën Business Finance, en is geldig op alle Citroën Bedrijfswagens tot en met 31 maart 2016. Het actietarief van 0% is geldig bij een looptijd van 12, 24, 36, 48 of 60 maanden en een restantbetaling is mogelijk. Neem voor meer informatie contact op met Van Oord. Van Oord behoudt zich het recht om genoemde acties en aanbiedingen te allen tijde met onmiddellijke ingang en zonder kennisgeving vooraf te wijzigen.