



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 32 | NUMMER 3 | JULI 2016

BUSINESS®



Utrecht City in Business over Healthy Urban Living

**“Bedrijven kijken kritischer
naar vestigingsfactoren”**

Ondernemer is een eretitel

Overnameadviseurs:
dealmakers of dealbrekers?

Helen Dowling Instituut:
Ondernemen in de zorg

**KANTOOR
HUREN?**



BISON office
spaces

Bisonspoor 3000 - 7000, Maarsse, Utrecht



TURN-KEY BUSINESS SUITES VANAF 20M² OFFICE SPACES TOT 4000 M²



Vijf minuten
vanaf de A2



Lunch Area en
horeca in de
nabijheid



Direct aan
NS-station



Vergaderruimtes

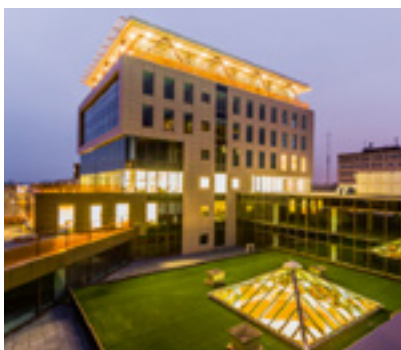


1000 gratis
parkeerplaatsen

3 maanden gratis huur!*

Maak nu gebruik van actiecode

BOS UB3



Interesse? Neem contact op:



T: 030 - 23 22 303

E: bedrijven@ansdewijn.nl

BISONOFFICES.NL

*MET EEN MINIMALE HUURPERIODE VAN 1 JAAR

VOORWOORD



Vijfentwintig jaar opmerkelijk ondernemerschap

“Ondernemer is een eretitel,” zegt Ab van Urk (MBO & Groei Fonds). “Ondernemers zorgen voor werkgelegenheid en innovatie; zij verdienen ondersteuning. Daarom investeren wij in de ontwikkeling van bedrijven met potentie.”

Ervaring is cruciaal voor succesvol ondernemerschap. Maar ervaring alleen is niet zaligmakend. “Als jonge ondernemers een bedrijf overnemen of mede de leiding in handen krijgen, wordt vaak in hoog tempo vernieuwd,” stelt lector Lex van Teeffelen. “De digitale wereld heeft voor hen geen geheimen, en zij hebben het vermogen om snel te schakelen.”

Opmerkelijke ondernemers vind je zeker niet alleen in het bedrijfsleven. Het Helen Dowling Instituut is toonaangevend in de gespecialiseerde psychologische zorg aan kankerpatiënten en hun naasten. Ondernemerschap is voor deze zorginstelling een tweede natuur. Daardoor lukte het om de huisvesting in Bilthoven volledig met giften te financieren. Een prestatie die alle vertrouwen geeft in het slagen van een volgende opvallende ambitie: een virtueel gebouw dat gespecialiseerde psychologische zorg bereikbaar maakt voor kankerpatiënten in heel Nederland. “Ook dat gaat ons lukken,” weet directeur Bram Kuiper.

Drie onderwerpen uit één editie van Utrecht Business, en zeker geen uitputtende opsomming. Ruim vijfentwintig jaar heb ik als uitgever en – de afgelopen drie jaar – als hoofdredacteur letterlijk duizenden voorbeelden van opmerkelijk ondernemerschap voor het voetlicht mogen brengen. Dat was een voorrecht en ik dank iedereen die daaraan bijgedragen heeft.

Mijn rol bij Utrecht Business wordt anders. Maar ik blijf met genoeg als redacteur betrokken bij het oudste en nog steeds toonaangevende zakenmagazine van de regio Utrecht. Waar opmerkelijk ondernemerschap ook de komende jaren alle ruimte krijgt.

Hans Hajée



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 32
juli 2016, editie 3

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Hans Hajée

REDACTIEMEDEWERKERS
William ten Brink • Peter Camp • Paul de Gram • Stan Keyzer • Cees Louwers • ,
Mart Rienstra • Jason van de Veltmaete onder Holten • Anka van Voorthuysen • 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
abonnements@utrechtbusiness.nl

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

- 6** Utrecht City in Business over Healthy Urban Living
- 12** Dealmaker of dealbreker?
- 16** "Ondernemer is een eretitel"
- 18** Metamorfose hospitalityvoorzieningen Stadion Galgenwaard
- 20** Helen Dowling Instituut: ondernemen in de zorg
- 24** Word een mobiele onderneming
- 22** Ieder bedrijf wordt een softwarebedrijf
- 23** Klein helpt groot
- 26** De duurzame visie van Hans Pieters
- 27** Aanpassingen Wet werk en zekerheid
- 29** Financieringslandschap steeds diverser
- 30** Toplocaties in Midden-Nederland
- 32** Literatuur
- 33** Persoonlijke gastvrijheid bij veelzijdige combinatie
- 34** Dagelijkse beweging moet een feest worden
- 37** VNO-NCW Nieuws
- 38** Green & Fun-testdag

Wat heeft Utrecht te bieden aan bedrijven die overwegen zich hier te vestigen? De stad positioneert zich met het motto Healthy Urban Living. Trekt dat ondernemers? Klaas Beerda, programma manager van Utrecht City in Business meent van wel.



Ruim een derde van alle overnameonderhandelingen wordt zonder succes afgebroken. Wat zijn de belangrijkste dealbrekers? Waar ligt de meerwaarde van overnameadviseurs en waardoor falen zij als dealmaker?



Met een innovatief betaalsysteem voor sportverenigingen vond Le Credit Sportif een gat in de markt. Door een participatie van het MBO & Groei Fonds kan het Utrechtse bedrijf haar ambities versneld realiseren.



Bezoekers van Stadion Galgenwaard kijken in het nieuwe voetbalseizoen hun ogen uit. De hospitalityruimtes krijgen een volledig nieuwe inrichting. "Het wordt een omgeving waarin het nog beter netwerken en zakendoen is."



Bijna iedereen heeft een smartphone of tablet. Om te kunnen blijven concurreren, moeten bedrijven strategie, processen en technologieën aanpassen. Zij moeten een mobiele onderneming worden.



MKB-Nederland en Port4Growth, platform voor groeiondernemers, slaan een brug tussen ambitieuze, groeiende bedrijven en grote concerns. Beide groepen leren van elkaar in het nieuwe programma "Klein helpt Groot".



Een actieve leefstijl draagt positief bij aan welvaart en economische groei. Onder het motto "van Bankzitter tot Topper" moet Nederland meer en vaker in beweging komen.



Een van de schaarse zonnige juidagen leverde een passend decor voor de jaarlijkse Green & Fun-testdag van Utrecht Business. Testrijders maakten kennis met duurzame en sportieve auto's.

Wat heeft Utrecht te bieden aan bedrijven die overwegen zich hier te vestigen? De stad positioneert zich met het motto Healthy Urban Living. Trekt dat ondernemers? Klaas Beerda, programma manager van Utrecht City in Business meent van wel. "Bedrijven kijken niet alleen naar zakelijke argumenten, bijvoorbeeld de bereikbaarheid of prijs. Ze willen zich met een stad kunnen identificeren en weten dat werknemers een prettige plek zoeken om te werken en te wonen. Dat laatste wordt belangrijker nu de strijd om talent weer ontbrandt.



Utrecht City in Business over Healthy Urban Living

"Bedrijven kijken kritischer naar vestigingsfactoren"

Healthy Urban Living staat voor slimme oplossingen om het stedelijk gebied groen, gezond en leefbaar te houden. Mooie woorden, maar maakt Utrecht ze waar? En wat zijn eigenlijk de andere vestigingsfactoren voor bedrijven? We vragen het aan het team van UCIB dat bedrijven ondersteunt die zich in of rond de stad willen vestigen.

Healthy Urban Living in de praktijk Terwijl de groei van steden elders problemen veroorzaakt, leidt het in Utrecht juist tot prettiger samenwonen. Beerda: "Op dit moment is de gezondheid van Utrechters beter dan in andere grote steden. We zijn de snelst groeiende stad van Nederland, maar wel klein genoeg om wandelend de middeleeuwse binnenstad te ontdekken. De stad bruist van het leven, maar is ook een oase van rust in het dichtbevolkte Nederland. Het Groene Hart omvat een goed deel van Utrecht en natuurgebied de Veluwe grenst aan de provincie."

Zakelijke vestigingsfactoren in vogelvlucht

Als bedrijven ergens in Nederland een nieuw (hoofd)kantoor willen vestigen, kijken ze kritisch naar alle vestigingsfactoren. Het team van UCIB loopt met ons langs die belangrijkste factoren en vergelijkt Utrecht met andere steden.

Economisch perspectief

Beerda: "De economische vooruitzichten voor de provincie Utrecht zijn positief. Volgens de economen van ING groeit de economie in 2016 met 3,1%. Dat is landelijk: 2,5%. Verder staat Utrecht al jaren bovenaan de lijst van 262 EU-regio's In de Competitiveness Index van de Europese Commissie. De regio heeft dan ook de sterkste bevolkingsgroei van Nederland: naar verwachting zal alleen al de stad Utrecht in 2030 zo'n 400.000 inwoners tellen. Nu zijn dat er zo'n 340.000. Ons doel is de werkgelegenheid

UTRECHT CITY IN BUSINESS

UCIB is in 2015 opgericht en valt onder de afdeling Economische Zaken (EZ) van de gemeente Utrecht. Hoofddoel is het aantrekken van bedrijven die werkgelegenheid scheppen. UCIB wordt door hen ingeschakeld voor:

- informatie over het vestigingsklimaat, sectoren en de locaties in Utrecht
- matching van bedrijfswensen met concrete mogelijkheden en locaties in de stad
- connecties met kennisinstututen, branchegenoten en ondernemersnetwerken
- ondersteuning rond regelgeving, vergunningen, gemeentelijke subsidies, incentives en de arbeidsmarkt.

gelijke tred te laten houden met de bevolkingsgroei. Dat lukt alleen als meer bedrijven naar de stad trekken. Utrecht is volgens De Financiële Telegraaf 2016 de krachtigste motor achter de herstellende Nederlandse

economie. Grote bedrijven versterken hun imago wanneer ze zich hier vestigen.”

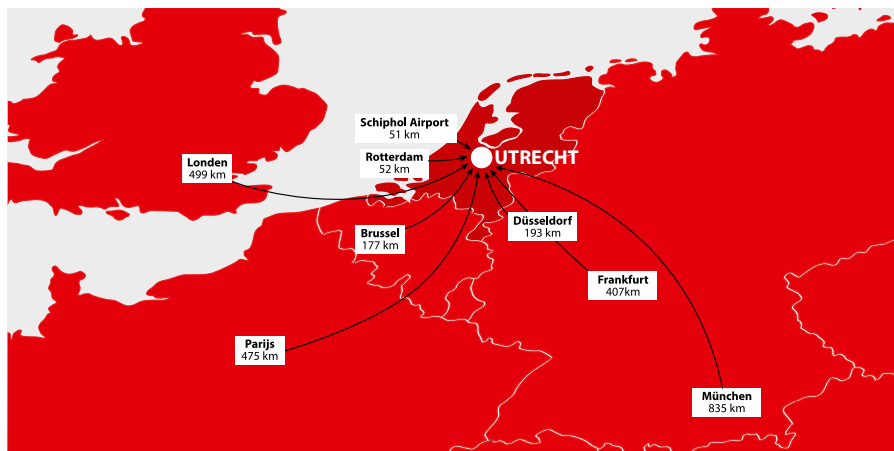
De la Vienne: “Het afgelopen jaar kwamen er mooie en internationale bedrijven bij in Utrecht, waaronder United Technologies, AO.com, BPC, PNO, Vodafone en Spinmore. Ook dit jaar ziet er weer veelbelovend uit. De Utrechtse economische regio verdient trouwens voor meer dan de helft z'n geld buiten de regio. Ondernemers komen hier terecht in een dynamische omgeving, waarin ze samen met andere ondernemers kunnen optrekken om de markt te veroveren. Utrecht is een stad waar ondernemers over hun eigen muren heen kijken.”

Hoe bereikbaar is Utrecht?

“Utrecht is het economische knooppunt van ons land” vervolgt Beerda. “Utrecht CS vormt het hart van het Nederlandse spoorwegnet. Het station verwerkt jaarlijks zo'n 100 miljoen treinreizigers. Verder ligt de stad ligt op het kruispunt van de grootste snelwegen in Nederland: de A2, A12, A27 en A28. Bovendien heeft Utrecht een uitstekende infrastructuur voor vervoer naar andere landen. Zo is Schiphol per spoor en per auto in een half uur bereikbaar.”

Zijn er voldoende vestigingslocaties?

De la Vienne: “Utrecht biedt locaties en panden voor elk segment: van hoogwaardige



binnenstedelijke toplocaties tot no-nonsense gebouwen aan de snelwegen. Voor grotere bedrijven is er ruimte aan de randen van de stad, bijvoorbeeld in Papendorp en Leidsche Rijn. Kennisbedrijven vestigen zich vooral in Utrecht Science Park, bijvoorbeeld Genmab, en in UtrechtInc. Voor start-ups zijn er bijzondere bedrijfsverzamelgebouwen met goede digitale voorzieningen. Denk aan Tribes, HNK en Hooghiemstra. Ook voor de culturele sector zijn inspirerende ruimten, bijvoorbeeld Creative Valley en de Werkspoorkathedraal.

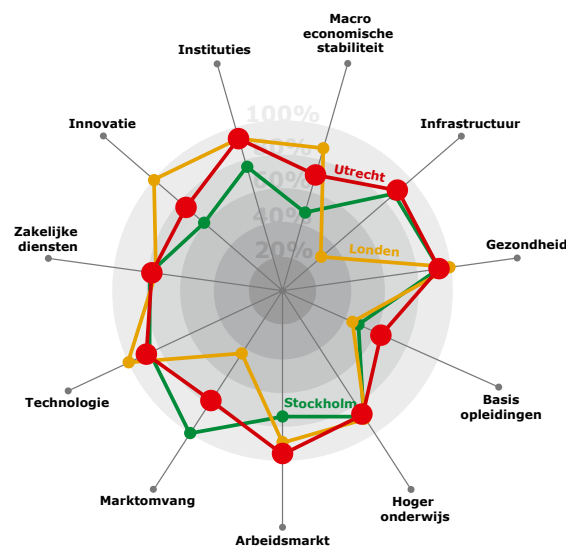
Hoe slim is de Domstad?

Utrecht heeft de hoogst opgeleide beroepsbevolking van Nederland. Meer dan 60% is universitair of op HBO-niveau geschoold. “Dat is belangrijk voor werkgevers, want die wil-

len goed opgeleide mensen aannemen”, aldus Beerda. “De Universiteit Utrecht staat het hoogst aangeschreven van alle Nederlandse universiteiten in de Sjanghai-index. Verder scoren de Hogeschool Utrecht, de HKU en het ROC Utrecht hoog op de Nationale Studenten Enquêtes. Vandaar dat kennisinstellingen als het RIVM, TNO Nutricia Research en Maxima Kinderoncologisch Centrum in Utrecht zijn gevestigd.”

Internationale oriëntatie speelt sterker mee

Utrecht is een aantrekkelijke vestigingsplaats voor buitenlandse ondernemingen. Business adviseur Duitsland Bianca Glang, legt uit wat de redenen zijn. Ze is met name verantwoordelijk voor het ondersteunen van Duitse



Score van de beste drie regio's in het EU onderzoek "meest competitieve regio's" uit 2013.



Het UCIB-team, vlnr: Bianca Glang Adviseur Duitsland, Klaas Beerda Programmamanager, Ruud van Broeckhuysen Adviseur ICT, Fidan Birgin Business Support, Memo de la Vienne Adviseur Business.



WETHOUDER ECONOMISCHE ZAKEN JEROEN KREIJKAMP:

“Utrecht is jaren de meest competitieve regio van de EU. Als economisch hart van Nederland bieden we het beste milieu om te investeren in mensen, in kennis en in duurzaamheid. Bovendien heeft Utrecht een prachtige binnenstad, vol studenten, historie en cultuur. Dat trekt internationaal talent, maar ook steeds meer internationale bedrijven. Denk aan de komst van Wincor-Nixdorf, United Technologies en AO.com.” Daar ben ik trots op.

UTRECHTINC: KRAAMKAMER VOOR INNOVATIE

Op het Utrecht Science Park vinden we UtrechtInc, dat zich richt op innovatieve start-ups. De focus ligt op klimaat, gezondheid en educatie, vaak met een ICT-component. Sinds 2009 heeft UtrechtInc 124 start-ups ondersteund, waarvan er 54 succesvol zijn uitgevlogen. Afgelopen jaar waren ze samen goed voor 630 banen en 52 miljoen euro aan investeringen uit de markt. Het instituut staat op de zesde plaats van Europese incubators en op de elfde plaats wereldwijd. (bron: UBI 2015).

bedrijven. Utrecht heeft een grote Duitse gemeenschap en Duitsland is de belangrijkste handelspartner van Nederland.

Uitvalsbasis voor buitenlandse bedrijven

Glang: “Inmiddels hebben 374 buitenlandse bedrijven zich al in de stad gevestigd, die werk bieden aan 23.000 mensen. Dit is maar liefst tien procent van de totale Utrechtse werkgelegenheid. Utrecht is met name in trek bij Duitse, Amerikaanse en Britse bedrijven. Voorbeelden hiervan zijn Mercedes-Benz, Wincor-Nixdorf, Deutsche Windtechnik,

Danone, UPC en Oracle. Ze profiteren van de centrale ligging in Nederland en de snelle internationale verbindingen.

Snelle en betrouwbare ICT-infrastructuur

Nederland is uitgeroepen tot Most Connected Country in the World. Ons land behoort tot de top-EU-landen wat betreft snelheid, kwaliteit en betrouwbaarheid van de digitale netwerken. Verder zijn we de nummer 1 in het ontwikkelen en adopteren van nieuwe digitale diensten, bijvoorbeeld internet bankieren. Glang: “Dat maakt Nederland tot de perfecte uitvalsbasis en testmarkt voor bedrijven die veel online diensten bieden.”

Ondersteuning door het Expats Center

Voor expats is het vaak lastig om hun weg te vinden in een nieuwe stad, vooral als ze de taal niet spreken. Daarom heeft de gemeente Utrecht een Expat Center opgezet in de centrale hal van het stadskantoor. Glang: “Het centrum biedt expats één loket, waar ze zonder afspraak terecht kunnen voor vragen over wonen, werken en leven in Utrecht en de zaken die ze met de overheid moeten regelen, bijvoorbeeld een Burger Service Nummer of verblijfsdocumenten.

Internationaal onderwijs

De Internationale School Utrecht biedt het wereldwijde onderwijsprogramma van het Baccalaureate op het niveau van basisschool en voortgezet onderwijs. De Engelstalige school is bedoeld voor kinderen uit buitenlandse gezinnen die een aantal jaren in Nederland wonen. De eisen die aan docenten worden gesteld zijn bijzonder hoog.

Expats communities & sites

Glang: “Er wonen en werken maar liefst 3.000 Duitsers in de Domstad en er zijn 76 bedrijven van Duitse origine gevestigd. Utrecht heeft een speciale community voor ze in het leven geroepen. Voor Engelssprekenden zijn er allerlei clubs, waaronder de International Women’s Contact Utrecht en de Rotary Club Utrecht International. Verder zijn er Social network sites als Utrecht Form, Just Landed en Expats Utrecht.”

Innovatief vermogen genereert momentum

Bedrijven vestigen zich bij voorkeur in een stad met bedrijven en instellingen die in de voorhoede van de sector opereren. Daar worden ideeën uitgewisseld en ontstaat kruisbestuiving en Ruud van Broeckhuysen,

adviseur ICT-bedrijven legt uit welk ecosysteem Utrecht hiervoor biedt.

Start-ups & scale-ups

Broeckhuysen: "Utrecht heeft sinds 2009 zo'n 400 start-ups voortgebracht. Ze zijn met name actief in life sciences, duurzaamheid, gaming en ICT. In totaal wordt 60% van de nieuwe banen door jonge ondernemingen gecreëerd. Daarnaast zijn er veel scale-ups die we aan meer ruimte helpen."

Financiële ondersteuning

Utrecht biedt verschillende regelingen en incentives voor de ondersteuning van innovatieve bedrijven. Broeckhuysen: "Denk aan het Lokaal Economisch Fonds, waarbij bedrijven subsidie kunnen krijgen voor het realiseren van nieuwe banen voor mensen die al een tijdje werkloos zijn. Ook zijn EU-subsidies mogelijk voor innovatie en zijn diverse vormen van co-financiering mogelijk met kennisinstellingen en het bedrijfsleven."

Voorbeelden van innovatie

In de zorg

Utrecht heeft het hoogste aandeel banen in de zorgsector en R&D van de G4 (circa 50.000) en tinnert flink aan de weg wat innovatie betreft.

- Het UMCU en Hubrechtlaboratorium zijn van wereldfaam.
- Danone heeft zijn Europese researchcenter in Utrecht

- Genmab ontwikkelt op het Utrecht Science Park veelbelovende kankermedicijnen.
- I-lab in is een laboratorium waar zowel starters als gevestigde bedrijven zonder voorinvestering onderzoek kunnen (laten) doen en producten en nieuwe ideeën kunnen testen.
- Life Science Incubator: dit jaar is op het UCP een plek voor startende en doorgroeiende medische bedrijven geopend die nu al compleet gevuld is.
- Zorgpact Midden Nederland, waarin 70 Utrechtse zorgwerkgevers samenwerken aan 'beter opleiden voor innovatieve zorg' met de Ministeries van OCW, VWS en BZK.

In de ICT

Utrecht is op afstand de belangrijkste ICT-regio van ons land. Met name in Papendorp en langs de A2 zijn veel internationale hoofdstigingen te vinden, waaronder die van Oracle, Capgemini, Sogeti, VMware, CSC Fujitsu, Ziggo en Asus TP-Link. Die nabijheid leidt vaak tot kruisbestuiving. Een paar voorbeelden van technologiegedreven start-ups en scale-ups.

- Blendle: combineert artikelen uit allerlei media, heeft 500.000 abonnees en een geschatte waarde van 13 miljoen euro.
- Snappcar: een online platform voor het delen van auto's door particulieren. Eind 2011 opgericht en nu al 100.000 deelnemers.

- Dutch Game Garden: nationaal koploper op dit gebied en wereldwijd gevraagd voor het ontwikkelen van (online) digitale spellen.
- U-CREATE: een consortium van de HKU en de HU dat kennis over technologie in relatie tot kunst en creativiteit ontwikkelt en deelt.

Samenwerking en nieuwe initiatieven

"Bij het bouwen aan de aantrekkingskracht en het profiel van Utrecht staat samenwerking centraal" aldus Beerda."UCIB werkt in regionaal verband samen met de Economic Board, Invest Utrecht, Utrecht Sciencepark en diverse gemeenten in de regio. We profileren de regio gezamenlijk als internationale vestigingsplaats. Samen zoeken we nieuwe initiatieven om bedrijven een nog beter ecosysteem te bieden waarin ze kunnen groeien en bloeien. Daarom willen we ondernemers en andere geïnteresseerden nadrukkelijk uitnodigen om ideeën aan te dragen waarmee ondernemingen zich in Utrecht op de kaart kunnen zetten." ■

Meer informatie?

Neem contact op met: Utrecht City in Business, Gemeente Utrecht Afdeling Economische Zaken, telefoon: +31 30 286 41 37, e-mail: info@ucib.nl, site: www.ucib.nl.



FEITEN OVER HEALTHY URBAN LIVING

Bron: Volksgezondheidsmonitor Utrecht 2015.

Gezondheid en geluk

- 62% van de Utrechters heeft een gezond gewicht
- 63% doet regelmatig aan sport en 85% eet dagelijks een ontbijt
- Utrechters zijn positiever over hun gezondheid dan mensen in de andere G4-steden (78%)
- Het eenzaamheidspercentage is met 7% het laagste van de G4
- Utrecht is de vierde gelukkigste stad ter wereld in de World Happiness Index.

Duurzaamheid en leefbaarheid

- Meeste huizen met zonnepanelen van de G4 steden (2,6%)
- Laagste Co2 niveau per inwoner van Nederland en 38% afvalscheiding
- 50.000 nul-op-de-meter woningen in 2020 in de regio

Mobiliteit en infrastructuur

- Eerste milieuzone en de meeste deelauto's van Nederland
- Intensiefst gebruikte laadstation van ons land
- Slimme laadpalen die zelfs energie kunnen terugvoeren
- Openbaar vervoer en fietsgebruik blijven stijgen met 4% per jaar

PROLOGIS BREIDT UIT OP HET KLOOSTER

Prologis, wereldwijd leider in logistiek vastgoed, breidt haar activiteiten in de regio Utrecht uit. Het bedrijf tekende een zogenaamde *built-to-suit* overeenkomst voor 23.000 m² met een internationale logistieke dienstverlener op bedrijvenpark Het Klooster in Nieuwegein. Het project wordt gebouwd aan de hand van kwalitatief hoogwaardige specificaties en krijgt de BREAM kwalificatie “zeer goed” mee. Oplevering vindt plaats in het tweede kwartaal van 2017. Prologis bezit in de regio Utrecht al drie distributiefaciliteiten, twee op Lage Weide en het XPO-verscentrum op Het Klooster. Met deze uitbreiding komt het totaal aantal vierkante meters in deze regio op ruim 100.000. “We zijn zeer verheugd met deze ontwikkeling. Het



is illustratief voor een trend dat steeds meer bedrijven, retailers en e-tailers ervoor kiezen om hun nationale distributie vanuit onze regio te organiseren,” zegt Johan Gadella, wethouder Economische Zaken van de gemeente Nieuwegein. Bram Verhoeven, country manager Prologis Benelux: “We zijn al jaren actief in de regio Utrecht en zien hier een sterke groei

in de vraag naar A-klasse distributiefaciliteiten. Naast deze ontwikkeling kunnen we hier met 30.000 m² extra uitbreiden om zo flexibel de groei van onze klanten te ondersteunen. Dat we dit project met succes kunnen uitvoeren, is vooral mogelijk gemaakt door de goede, duurzame relatie met zowel onze klant als de gemeente Nieuwegein.”

BREEAM-NL VIER STERREN VOOR OSKAM

De Oskam Groep uit Utrecht heeft als eerste opdrachtgever in Nederland een vier sterren BREEAM-NL Sloop en Demontage certificaat (Excellent) behaald voor de uitvoering van de duurzame sloop van OBS De Buurtschool in Noordeloos. Nog niet eerder is in ons land een project op zo'n duurzame en verantwoorde wijze gesloopt. Op 7 juni is het certificaat tijdens de PROVADA officieel overhandigd. “We zijn zeer trots op dit resultaat,” zegt Peter Kreukniet van Oskam. “Het past helemaal bij de kernwaarden van de Oskam Groep. In de bouw worden veel primaire grondstoffen toegepast. In het verleden werden deze bij sloopwerkzaamheden vaak vernietigd. Gelukkig zijn inmiddels veel bedrijven in de bouw op een verantwoorde manier bezig om de vernietiging van primaire grondstoffen tegen te gaan. Als slooopaannemer willen wij hier een koploperrol in vervullen.” BREEAM-NL is in Nederland al jaren het meest gebruikte keurmerk



om duurzaamheidsprestaties van gebouwen te beoordelen. Sinds 2013 is er ook een BREEAM-NL keurmerk speciaal voor sloop- en demontageprojecten. Doelstelling is om circulair bouwen en slopen in Nederland te stimuleren.

WIJ VERTELLEN HET DOOR.....

Als je over het Domplein loopt, is er niets wat het in 1674 instorten van het middenschip vertelt, of dat het puin 110 jaar is blijven liggen! Frans Am-sing, conceptbedenker verbaasde zich hierover. Hij kwam via een krantenartikel in contact met Europees Kampioen Zandsculptuur, Maxim Gazendam. Waarom niet het Utrechtse verhaal doorvertellen in de vorm van Zandsculpturen? Ze bedachten de Zandverhaalbox, een soort kijkdoos! Overdag

is de box met Zandsculpturen open en 's avonds gesloten. Je kunt dan door openingen naar binnen gluren! Een tweede Zandverhaalbox kan gekoppeld worden met mogelijkheden voor business-to-business of zelfs een 'eigen' zandsculptuur! En dat MOET volgend jaar op het Domplein komen te staan, zo vinden de initiatiefnemers! Meer info: www.zandverhaal.nl



BUSINESS



*Van links naar rechts:
Marie-José Wessels,
Kaat Suringa en
Iris Ursem
(foto Rhodé Bouter).*

KUNST IN HET HOOGELAND

Kantoorvilla Het Hoogeland aan de Utrechtse Museumlaan kent een rijke historie. In 1824 gebouwd als woonhuis bood het pand later jarenlang onderdak aan Utrechtse Stedelijk Museum van Oudheden, voorloper van het Centraal Museum. Ook Staatsbosbeheer hield kantoor in Het Hoogeland. Sinds 1993 zijn er verschillende kleinere bedrijven gehuisvest. Met het oog op het welzijn van de in de villa werkzame personen is het gebouw door de eigenaar groen en gezond ingericht. Kunst is daarbij een belangrijke component. Een commissie bestaande uit enkele huurders selecteert kunstenaars die telkens een half jaar in Het Hoogeland exposeren. Vanaf juni zijn dat drie dames: Kaat Suringa en Iris Ursem met schilderijen, Marie-José Wessels met bronzen en stenen beelden. Laatstgenoemde is onder meer bekend van de ijsbeer die voor Het Hoogeland staat. Dit beeld is een eerbetoon aan het Engelse regiment Polar Bears dat Utrecht op 7 mei 1945 bevrijdde.



HOTSPOT VOOR SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP

Het monumentale Staffhorstpand wordt per 1 november de Social Impact Factory Utrecht: een beoogde nieuwe hotspot van sociaal ondernemerschap in de Domstad. Het gebouw van circa 2.000 m² gaat functioneren als werk-, vergader- en ontmoetingsplek. Sociaal ondernemers en innovatieafdelingen van gevestigde organisaties kunnen elkaar hier treffen en samen werken aan oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken. Een programma van trainingen, workshops en evenementen faciliteert versnelling en slaat een brug tussen de verschillende werelden. De Social Impact Factory Utrecht is een initiatief van de stichting Social Impact Factory, Kirkman Company, Seats2meet, Buzinezz Club en Legal Impact (Bruggink & Van der Velden Advocaten Belastingadviseurs).

Slimmer
communiceren
en succesvoller
samenwerken



*Nieuw:
Netwerk
Security*

 **citocom**[®]
voice · video · data

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

Meerwaarde overnameadviseurs in kaart gebracht

Dealmaker of Dealbreker?

Ruim een derde van alle overnameonderhandelingen wordt zonder succes afgebroken. Wat zijn de belangrijkste dealbrekers? Waar ligt de meerwaarde van overnameadviseurs en waardoor falen zij als dealmaker? Overnameplatform Brookz en de Hogeschool Utrecht gingen op zoek naar het antwoord op deze en andere vragen. "Adviseurs hebben een allesbehalve positief oordeel over elkaar."

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE HAROLD VAN DE KAMP/KADE 104

Het belang van overnames voor de Nederlandse economie is groot. "Als het niet lukt om een bedrijf over te dragen, leidt dat tot verlies van arbeidsplaatsen en kapitaal," zegt Lex van Teeffelen, lector Financieel-Economische Advisering aan de Hogeschool Utrecht (HU). "Verder krijgen bedrijven door een overname vaak een impuls. Uit onderzoek blijkt dat driekwart daarna innoveert en groeit. De impact van overnames is dus aanzienlijk, veel groter dan die van starters. Natuurlijk zijn startups belangrijk voor de economische dynamiek. Echter, 90% van alle starters blijft zzp'er. Maar weinigen groeien uit tot substantiële bedrijven."

Niet positief

Van Teeffelen doet al jarenlang onderzoek naar de omvang van en belemmeringen bij bedrijfsoverdracht. "De rol van adviseurs bleek daaruit lastig te destilleren. Om inzicht te krijgen in hun meerwaarde en te achterhalen waarom een derde van de overnames mislukt, hebben wij samen met overnameplatform Brookz een omvangrijk onderzoek uitgevoerd. Hiervoor werden ruim 540 adviseurs benaderd die actief zijn in het mkb en betrokken bij transacties tus-

sen 0,5 en 30 miljoen euro."

De resultaten zijn eind vorig jaar gepresenteerd onder de noemer "Dealmaker of dealbreker"? "Opmerkelijk is dat adviseurs een allesbehalve positief oordeel over

"Om een overnametraject succesvol te kunnen begeleiden, zijn veel vliegreuren nodig."

elkaar hebben. Na een te laag bod wordt het wekken van te hoge verwachtingen door de adviseur van de tegenpartij het meest genoemd als dealbreker (zie kader, red.). Onvoldoende kennis van zaken bij deze adviseur staat op nummer 4."

Begrip voor zwartepieten

Van Teeffelen kan het zwartepieten tussen adviseurs wel enigszins plaatsen. "Je merkt dat overnameadviseurs vaak transacties begeleiden in veel verschillende branches.

TOP TIEN DEALBREKERS BIJ BEDRIJFSVERKOOP

1. Koper deed een te laag bod.
2. Adviseur van de tegenpartij had te hoge verwachtingen gecreëerd.
3. Gebrek aan vertrouwen tussen koper en verkoper.
4. Adviseur van de tegenpartij had onvoldoende kennis van zaken.
5. Onvoldoende voorbereiding door de verkoper.
6. Verkopende partij bleek te afhankelijk van enkele klanten.
7. Financiering vanuit de koper kwam niet rond.
8. Onverwachte uitkomsten bij het boekenonderzoek.
9. Verkopende partij kon het bedrijf niet loslaten.
10. Adviseurs van de koper en de verkoper kwamen er onderling niet uit.

Een adequate waardebeoordeling en de selectie van kansrijke partijen vereisen veel kennis van de betreffende sector plus een relevant netwerk. Het is voor een overnameadviseur vrijwel onmogelijk om dit voor een groot aantal branches te borgen. Ook hebben adviseurs vaak simpelweg te weinig ervaring met overnames. Om zo'n traject succesvol te kunnen begeleiden, zijn juist veel vliegreuren nodig. Overnameadviseur is een specialistisch vak; dat kun je er niet af en toe even bij doen."

Beren op de weg

De respondenten uit het onderzoek van Brookz en HU ronden jaarlijks gemid-

deld negen transacties af. “Bijna 70% van de overnames slaagt. Met daarbij wel de kanttekening dat de succesratio per adviseur sterk uiteenloopt, van 50 tot 90%.” Adviseurs die erg selectief zijn scoren hoger. “Waarschijnlijk mede omdat zij beter inzicht hebben in mogelijke dealbrekers. Als ze vooraf veel beren op de weg zien, neemt 30% van de adviseurs een opdracht niet aan. De rest gaat er toch mee aan de slag.”

Garanties en vrijwaringen

Naarmate de transactiegrootte toeneemt, veranderen de dealbrekers. “Een te laag bod wordt dan veel minder vaak als bottleneck genoemd,” aldus de HU-lector. “Bij overnames boven een miljoen euro staat de afhankelijkheid van een beperkt aantal klanten als dealbreker op nummer 1, gevolgd door de adviseurs van koper en verkoper die er samen niet uitkomen. Derde struikelblok

“Degene die de hoogste prijs betaalt, is lang niet altijd de beste kandidaat.”

is dat de koper teveel garanties eist. Op zich vreemd, want dergelijke garanties zijn vaak maar een paar jaar van toepassing. Vrijwaringen die je ook regelmatig ziet, gelden daarentegen onbeperkt. Blijkbaar wordt dat minder als een belemmering gezien.”

Het moet klikken

Bij een overname spelen lang niet altijd alleen financiële overwegingen een rol. “Gebrek aan vertrouwen tussen koper en verkoper is dealbreker nummer 3. Zeker als er mkb-bedrijven bij betrokken zijn, is de onderlinge klik van groot belang. Een deal die technisch helemaal rond is, kan toch afketsen als de koper of verkoper geen goed gevoel heeft bij de andere partij.”

Daarom is het zaak dat adviseurs vooraf goed kijken naar de potentiële match; passen bedrijven en ondernemers wel bij elkaar? “Het komt voor dat er primair oog is voor de partij die het hoogste bedrag op



JONG GELEERD, JONG GEDAAN

Zeker in het mkb wordt bij opvolging en overname vaak gedacht aan kandidaten boven de 35 jaar. “De opvatting dat je eerst jarenlang ervaring moet opdoen om als (mede) eigenaar op te treden, is achterhaald,” stelt Lex van Teeffelen. “Als jonge ondernemers – onder de 25 jaar – een bedrijf overnemen of mede de leiding in handen krijgen, wordt vaak in hoog tempo vernieuwd. De digitale wereld heeft voor hen geen geheimen en ze hebben het vermogen om snel te schakelen.”

Om studenten voor te bereiden op een rol in het mkb biedt de HU sinds 2010 een minor Ondernemerschap aan. “Jongeren met een hbo-opleiding kunnen zorgen voor een kwaliteitsimpuls. Die is hard nodig, want de huidige disruptieve omstandigheden stellen hoge eisen aan het Nederlandse mkb. Concurrentie ontwikkelt zich razendsnel, bedrijfsmodellen zijn in *no time* achterhaald. Een bedrijf moet in staat zijn om zich continu verder te ontwikkelen. Jonge mensen kunnen daar een cruciale bijdrage aan leveren.”

Om de daadwerkelijke impact van jonge overnemers in kaart te brengen, werden

interviews gehouden bij tien bedrijven waar jonge overnemers of opvolgers in participeren. Deze interviews zijn gebundeld in het boekje “Jong Overnemen”. “Hiermee laten we zien wat in de praktijk gebeurt als jonge ondernemers (mede) aan het roer staan. Het blijkt dat dan vaak nieuwe diensten en producten worden ontwikkeld. De strategie wordt aangepast en de digitalisering krijgt een impuls.” Niet alles is rozegeur en maneschijn, benadrukt Van Teeffelen. “De hogere risicobereidheid van jongeren kan wel ondoordacht zijn. En leidinggeven vereist de nodige ervaring, zeker als meer dan tien man moeten worden aangestuurd. Maar met een beetje goede coaching en geduld lukt dat ook.”

Overall zijn de praktijkervaringen positief. “Ook de zittende ondernemers komen in het boek aan het woord. Zij hebben veel waardering voor de kwaliteit van de opvolgers. Veelgehoorde opmerking is: ‘Waar wij ondernemen met vallen en opstaan hebben moeten leren, zijn deze jongeren ervoor opgeleid’. Ook hun drive en frisse blik worden zeer gewaardeerd.”

Lector Lex van Teeffelen geflankeerd door Wesley Spronk (links) en Bram de Lange, mede-eigenaar van respectievelijk Bouwbedrijf Larenstein en Natuurlijk Bamboe. Beide ondernemers komen aan het woord in het boekje Jong Overnemen.



tafel wil leggen. Dat levert de adviseur immers de meeste succesfee op. Degene die de hoogste prijs betaalt, is echter lang niet altijd de beste kandidaat.”

Volwassen vak

Ruim de helft van de respondenten uit het onderzoek is lid van een van de beroepsorganisaties BOBB, NIRV en DCFA. “Het aantal aangesloten bedrijven neemt toe. Zo heeft de BOBB, een relatieve jonge club, nu al 140 leden. Vooral meer ervaren adviseurs sluiten zich aan en dat is een goed teken. Het zegt iets over de volwassenheid van het vak. Net als de geschillen- en klachtenprocedures van de beroepsorganisaties. Dat geeft vertrouwen.”

Kalibratie

Bij de presentatie van het onderzoek deed Van Teeffelen een aanbeveling om de kwaliteit van overnameadviseurs verder te vergroten. “Ik heb een lans gebroken voor onderlinge kalibratie. Door regelmatig samen cases onder de loep te nemen, kom je tot uniforme uitgangspunten. Datzelfde gebeurt in het onderwijs. Daar organiseren we kwaliteitstafels met kalibratiesessies voor docententeams om ervoor te zorgen dat hun beoordelingen niet teveel uiteen lopen. Deze aanpak werpt vruchten af en kan ook voor overnameadviseurs waardevol zijn. De beroepsorganisaties zouden daarbij het voortouw moeten nemen. Gezamenlijke kalibratie zorgt voor meer

eenduidigheid als het gaat om criteria en de manier waarop deze beoordeeld worden. Daardoor kunnen overnameadviseurs als

“Kalibratie kan ook voor overnameadviseurs waardevol zijn”

professionele procesbegeleider acteren en zullen zij minder vaak een dealbreker zijn. Daar is iedereen bij gebaat.” ■

100 keer sneller dan WiFi

Is LiFi the next big thing?

Alle miljarden lampen wereldwijd kunnen gebruikt worden als draadloze hotspot voor elektrische apparaten. En dat met een overdrachtssnelheid van 1 gigabit per seconde, ofwel zo'n 100 keer sneller dan WiFi. Dat is LiFi, een potentiële opvolger van WiFi. Hoe kansrijk is deze technologie?

Hoewel al enkele jaren in ontwikkeling krijgt LiFi pas sinds kort meer aandacht. Dat komt vooral door het Estlandse technologiebedrijf Velmenni dat erin slaagde snelheden van 1 gigabit per seconde (Gbps) te bereiken in echte kantoor- en industriële omgevingen, buiten het laboratorium dus. Eerder haalden onderzoekers aan de University of Oxford al snelheden van 224 Gbps; genoeg om in één enkele seconde 18 speelfilms te downloaden. Het record staat overigens op 500 Gbps en werd bereikt door een hacker die het gebruikte om een DDoS-aanval uit te voeren.

Voortouw

De Duitse natuurkundige Harald Haas, professor aan de University of Edinburgh, introduceerde de LiFi-technologie in 2011 tijdens een TED-conferentie in Edinburgh. Haas richtte vervolgens pureLiFi op, een bedrijf dat het voortouw neemt bij het op de markt brengen van de revolutionaire techniek. Haas fungeert er als *chief scientific officer*. Mission statement van pureLiFi: "Wereldleider zijn op het gebied van de Zichtbaar Licht Communicatie technologie waarmee overal waar verlichting is hoge-snelheids en veilige datanetwerken mogelijk zijn".

Lampen als routers

Om dat te realiseren, schetst Haas een toekomst waarin LED-lampen de huidige draadloze routers vervangen. In zijn presentatie legde hij uit dat een LED-lamp een halfgeleider is waarvan de intensiteit bij zeer hoge snelheden kan worden gemoduleerd. Een standaard afstandsbediening voor een televisie maakt gebruik van een infrarood-LED om een eenvoudige, lage-snelheids gegevensstroom te creëren. Deze bedraagt ongeveer 10.000 tot 20.000 bits per seconde en is, zoals Haas zegt: "Niet geschikt voor een YouTube video". LiFi-devices gaan vele stappen verder en proberen niet één gegevensstroom uit te zenden maar duizenden, in parallelle vorm en bij veel hogere snelheden.

Voordelen

Behalve een duidelijke toename in snelheid heeft LiFi in potentie ook andere voordelen. Haas noemt er drie:

- **Efficiency:** Lampen worden al ingezet voor verlichting dus wanneer dezelfde lampen worden gebruikt om gegevens te versturen, gebeurt dat zonder extra kosten voor energie. Haas zegt dat licht aan moet zijn om gegevens te zenden, maar dat het kan worden

gedimd tot het punt waarop het uit lijkt te staan en nog steeds werkt.

- **Beschikbaarheid:** Overal waar lampen zijn – thuis, op de werkplek, in een vliegtuig, op de smartphone – is een potentiële bron aanwezig voor hoge-snelheids gegevensverzending.
- **Veiligheid:** Omdat licht niet door muren gaat, zijn de verzonden data veiliger. Ze zijn alleen beschikbaar voor gebruikers die zich in dezelfde ruimte bevinden.

Uitdagingen

LiFi is volop in ontwikkeling. Een aantal nadelen beperkt het gebruik ervan nog. Voorlopig werkt LiFi niet in de open lucht. Ook kan lichtvervuiling problemen opleveren. Maar Haas wil deze uitdagingen graag aangaan. Hij stelt zich een wereld voor waar LED de grote, lelijke antennes voor de radiofrequentie die we tegenwoordig overal zien, zou kunnen vervangen. Waarin lampen gebruikt worden voor verkeersregeling en zij de communicatie kunnen verzorgen tussen auto's om ongelukken te voorkomen. En waar ontelbare straatlantaarns over de gehele wereld beschikbaar zijn als gratis hotspots. Hoe realistisch dit perspectief is, zal de komende jaren duidelijk worden. ■

Le Credit Sportif tiende participatie MBO & Groei Fonds

“Ondernemer is een eretitel”

Met een innovatief betaalsysteem voor sportverenigingen vond Le Credit Sportif een gat in de markt. Nog geen tien jaar na de start werken er dertig mensen bij het Utrechtse bedrijf. Huisbankier is Rabobank Utrecht. Door een participatie van het MBO & Groei Fonds kan Le Credit Sportif haar ambities versneld realiseren.

TEKST HANS HAJÉE



Ab van Urk (MBO & Groei Fonds): “Het gaat ons om de continuïteit van een onderneming.”

Cash afrekenen in sportkantines kost veel tijd. “Ook de muntjessystemen die je nog vaak ziet, zijn omslachtig, fraudegevoelig en tijdrovend,” zegt Pieter Paul van Heeswijk, samen met Willem van Kralingen en Pieter de Jong eigenaar van Le Credit Sportif. “Deze betalingswijzen brengen veel kosten met zich mee en verenigingen hebben er amper grip op. Dat moest anders, vonden wij.”

Innovatie

Le Credit Sportif ontwikkelde een online kassa- en betaalsysteem dat speciaal gericht is op vrijwilligers bij sportclubs. Overbodige functies zijn weggelaten zodat de kassa overzichtelijk, gebruiksvriendelijk én betaalbaar is. Naast cash en pin kunnen ook clubcards worden gebruikt. De clubcards kunnen van te voren worden opgeladen. “Daarmee kunnen consumpties snel en gemakkelijk worden afgerekend, ook voor eigen gebruik door vrijwilligers. Met onze clubcard zijn er geen transactiekosten. Ook hebben sportverenigingen *realtime* inzicht in de financiën.” In 2008 was de innovatie rijp voor lancering. Hockeyclub HGC beet het spits af. “Aanvankelijk groeide de afzet gestaag. Al zijn de voordelen evident, het was een nieuwe oplossing die uitleg vereist. Beslissers bij amateurverenigingen zijn vaak vrijwilligers die elkaar niet dagelijks treffen. Besluitvorming duurt dus lang.”

Olievlek

Het omslagpunt lag rond de honderdste klant. “Toen kwam de vaart erin. Verenigingen die het product gebruiken, zijn buitengewoon tevreden. Dat spreekt zich rond en zo ontstaat een olievlek.

Clubs begonnen ons te bellen in plaats van andersom.” De laatste drie jaar gaat het echt hard. “Er zijn ruim 1.300 verenigingen klant en elke maand komen er tientallen bij.” Profclubs als FC Utrecht en NAC Breda hebben de voordelen eveneens ontdekt. Ook is Le Credit Sportif in toenemende mate actief op de evenementenmarkt. “Heeft een amateurclub twee terminals, in een stadion zijn dat er honderd of meer. In het laatste geval blijven die ons eigendom. Samen met de wens om de slagkracht te vergroten en versneld te groeien, leidde dit tot een aanvullende kapitaalbehoefte.”

Prima partner

Vanaf de start is Rabobank Utrecht huisbankier van Le Credit Sportif. “Een prima partner die ons naar volle tevredenheid ondersteunt. Additionele financiering bij de bank bleek echter lastig; daarvoor was onvoldoende zekerheid. Daarom zijn we op zoek gegaan naar externe financiers. Er is met veel verschillende partijen gesproken. Aanbod en werkwijze van het MBO & Groei Fonds spraken verreweg het meest aan. Hun verbinding met Rabobank is een bijkomend voordeel; het verstevigt de bancaire relatie.”

Talent beter maken

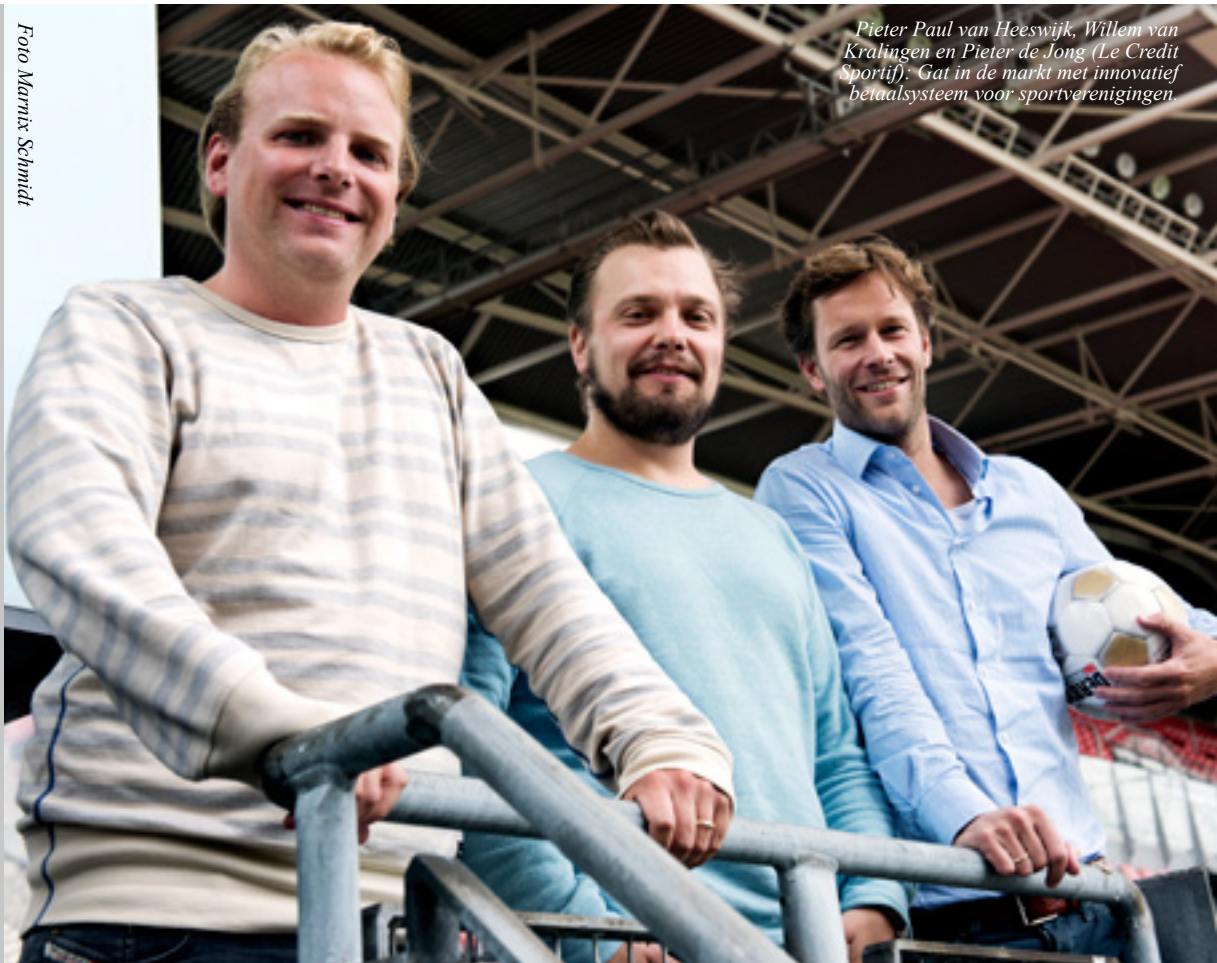
Het MBO & Groei Fonds is een initiatief van Paul van Logtestijn en Ab van Urk. Beide oprichters kunnen bogen op een succesvolle carrière als ondernemers, investeerders en fusie- en overnameadviseurs. Van Urk: “Het meest trots ben ik op Rembrandt. Dit bedrijf – onderdeel van Rabobank – hebben we samen van nul af aan uitgebouwd tot de grootste fusie- en overnamespecialist van

Pieter Paul van Heeswijk, Willem van Kralingen en Pieter de Jong (Le Credit Sportif): Gat in de markt met innovatief betaalsysteem voor sportverenigingen

Foto Mannix Schmidt

SAMENSPEL

“Le Credit Sportif is een goed voorbeeld van onze veranderende rol,” zegt Victor Kragten, senior accountmanager bij Rabobank Utrecht. “Waar de groei van bedrijven vroeger bijna als vanzelfsprekend met bancair krediet werd gefinancierd, is nu steeds vaker sprake van een samenspel. Als financieel adviseur helpen wij bij het samenstellen van de combinatie van financieringsvormen die het beste past bij de ambities van een klant. Met het MBO & Groei Fonds beschikt Rabobank over een ondernemende partner met een onderscheidende aanpak. Door hun participatie krijgt de ontwikkeling van Le Credit Sportif een forse impuls.”



Nederland. Talent onderkennen en nog beter maken is een passie; die kon ik bij Rembrandt volop kwijt.”

Positieve interactie

Na tien jaar Rembrandt zetten Van Urk en Van Logtestijn hun gezamenlijke ervaring nu in bij het MBO & Groei Fonds. Deze investeringsmaatschappij richt zich op mkb-bedrijven met een dga aan het roer. “Ondernemer is een eretitel. Ondernemers zorgen voor werkgelegenheid en innovatie; zij verdienen ondersteuning. Daarom investeren wij in de ontwikkeling van bedrijven met potentie.” Rabobank is de grootste investeerder in het fonds dat beschikt over een vermogen van € 25 miljoen. “Er is veel positieve interactie met lokale Rabo-bankiers. Als de bank niet in de volledige kapitaalbehoefte kan voorzien, gaan wij het gesprek over risicodragend vermogen graag aan.”

Continuïteit

Het MBO & Groei Fonds heeft een helder profiel. “In commercieel onroerend goed, retail en horeca investeren wij niet. Ook financiert het

fonds geen herstructurering. Onze investering is niet bedoeld om achterstanden in te lopen. Wij willen erbij zijn als het geld wordt uitgegeven om verder te groeien.” Drijfveer is niet om zo snel mogelijk te cashen. “Het gaat ons om de continuïteit van een onderneming. Als wij instappen, is het einddoel altijd om de aandelen terug te verkopen aan de dga of het MBO-team. Dat gebeurt tegen vooraf vastgestelde condities. Iedereen weet dus precies waar hij aan toe is.” De doorlooptijd van transacties is kort. “Paul en ik beoordelen en beslissen snel. Na de deal stellen we onze kennis en netwerk graag ter beschikking. We streven naar partnership en open communicatie, met vertrouwen als basis.”

Zelfde golflengte

Le Credit Sportif is de tiende participatie van het MBO & Groei Fonds. “In dit bedrijf hangen spreuken van Stephen Covey,” aldus Van Urk. “De visie van deze managementdenker is al jarenlang onze leidraad, dus we zitten op dezelfde golflengte. De drie dga’s hadden tijdens de gesprekken hun zaken goed voor elkaar; ze waren constructief en professioneel.

Als ondernemer zijn ze complementair en kennen hun product door en door. En de meerwaarde van dat product is overtuigend. Ik geloof erin en zou het zelf ook kunnen verkopen. Dat is een belangrijke overweging bij een participatie.”

Motor

“Van begin af aan was er een klik met Ab en Paul,” zegt Pieter Paul van Heeswijk van Le Credit Sportif. “Hun snelheid van handelen heeft ons positief verrast. En de constructie waarbij we de aandelen tegen vooraf bekende voorwaarden kunnen terugkopen, is echt onderscheidend.” Met de investering van het MBO & Groei Fonds kan Le Credit Sportif de komende jaren nog meer tempo maken. “Naast het optimaliseren van de bedrijfsvoering willen we onze stadion- en evenemententak verder uitbouwen. Niet alleen in Nederland, ook daarbuiten. Bedrijfsrestaurants zijn eveneens een interessante markt. Bij alle ambities verliezen we de *corebusiness* – amateurverenigingen – echter niet uit het oog. Dat is en blijft de motor van dit bedrijf.” ■



Hans Kuyten 2016

Metamorfose hospitalityvoorzieningen Stadion Galgenwaard

“Een van de mooiste businessruimtes van Nederland”

Bezoekers van Stadion Galgenwaard kijken in het nieuwe voetbalseizoen hun ogen uit. De hospitalityruimtes krijgen een volledig nieuwe inrichting. “Het wordt een omgeving waarin het nog beter netwerken en zakendoen is.”

Van leverancier van horecameubilair groeide De Arend uit tot totaalinrichter. “Klanten ervaren ons als betrouwbare partner,” zegt directeur Jarno Goesten. “Om in te spelen op hun wensen zijn onze activiteiten steeds verder uitgebreid. Naast meubilair verzorgen wij ook vloeren, wanden, verlichting en interieurbouw; een compleet pakket via één aanspreekpunt. Opdrachtgevers zijn onder meer sportclubs, cafés, bedrijfskantines en zorginstellingen.” Om dichtbij haar groei-

ende klantenkring te zijn, heeft De Arend zeven vestigingen in Nederland, met het hoofdkantoor aan de A2 in Waardenburg. “Daarnaast zijn we actief op Aruba en Curaçao; ook in Duitsland en België is er een vestiging.”

Enthousiaste supporter

Met FC Utrecht heeft De Arend een jarenlange relatie. “Wij hebben onder meer een aantal skyboxen ingericht. Ook was ik mede-initiatiefnemer van de Horecabox.

Mijn zoon is een enthousiaste supporter van de club. Dus hij is erg blij dat we nu weer volop actief zijn in de Galgenwaard. En ik natuurlijk ook.”

De Arend is druk bezig met de metamorfose van de tweede en derde verdieping. “De hospitalityruimtes krijgen een volledig nieuwe inrichting en nieuw meubilair.

We zijn totaalleverancier voor zowel alle interieurbouw – bars, wanden, wijnrekken et cetera – als het meubilair. Ik weet zeker dat de Galgenwaard straks een van de mooiste businessruimtes van het Nederlandse voetbal heeft. Het wordt een omgeving waarin het nog beter netwerken en zakendoen is.” Niet voor niets tekende Goesten een sponsorcontract voor vier jaar. “Alle ondernemers die in het stadion komen, ervaren straks waartoe De Arend in staat is. Dit project is voor ons een ideaal visitekaartje.”

Hoge ambities

Ook Martijn Standaart, sinds begin juni commercieel directeur van FC Utrecht Business, ziet uit naar het vernieuwde Galgenwaard. "Niet alleen sportief, ook als het gaat om hospitality en beleving heeft deze club hoge ambities. Om onze leden en hun gasten een passende entourage te bieden, is besloten tot deze ingrijpende verbouwing. Binnenhuisarchitect Hans Kuijten is verantwoordelijk voor het ontwerp. De uitvoering is in vertrouwde handen van De Arend.

Gaaf

De faciliteiten in het stadion worden verder uitgebreid. "De 't Wed & Waard Lounge krijgt een grote centrale bar waar gasten nog sneller bediend worden. Ruimtes zijn flexibel in te delen en het wordt bijvoorbeeld mogelijk om met een gezelschap in een separate ruimte te dineren. Door de verbouwing kunnen we nog meer maatwerk leveren."

De werkzaamheden zijn in volle gang maar Standaart licht alvast een tip van de sluier op. "Ruwe materialen en luxe stoffen zorgen voor een uitstraling die helemaal van nu is. Het wordt echt gaaf. De

nieuwe omgeving draagt straks nog meer bij aan een ultieme wedstrijdbeleving."

Zakelijk middelpunt

Volgens Standaart zullen niet alleen de businessrelaties van FC Utrecht die tijdens wedstrijddagen van de vernieuwde faciliteiten gebruik maken die beleving ervaren. "Wij horen nu al dat er ook interesse is om doordeweeks meer in het stadion te doen op het gebied van vergaderen en bedrijfsbijeenkomsten. Dat is ook één van onze doelstellingen geweest met het nieuwe concept: het stadion 24/7 zakelijk in te zetten. Bedrijven kunnen hier straks hun seminars, bijeenkomsten en bedrijfsfeesten organiseren in een aansprekende omgeving die van alle gemakken is voorzien. Want naast het voetbal is Stadion Galgenwaard natuurlijk ook een modern vergader- en zalencentrum voor het mkb. Dit maakt Stadion Galgenwaard tot het zakelijk middelpunt in Nederland. Doordeweeks en op de wedstrijddagen voor FC Utrecht en ons Beloftenelftal dat in de Jupiler League gaat uitkomen." ■

Lean&Duurzaam



vandenpol.com

HET VOORDEEL VAN BLIND ZIJN?

'Ik beoordeel je niet op je uiterlijk!'

- Amanda, 21 jr, blind

GEEF voor blinden en slechtzienden

NATUURLIJK HEEFT BLINDHEID VOORAL NADELEN.

Innovatieve hulpmiddelen zijn hard nodig. Zoals een geleidestok met GPS navigatie, waarmee blinden en slechtzienden er zelfstandig op uit kunnen gaan. Steun daarom Bartiméus Sonneheerdt.

Sms 'ogen' naar 4333 en geef éénmalig € 2,50 of doneer via steunBartimeus.nl

bartiméus sonneheerdt
VERENIGING
oog voor blinden
en slechtzienden

Eénmalig
2,50 € / sms



Jarno Goesten en Wilco van Schaik ondertekenen de sponsorovereenkomst (foto Frank Zilver).

Helen Dowling Instituut wil virtueel gebouw met landelijke impact

Ondernemen in de zorg

Het Helen Dowling Instituut is toonaangevend bij de gespecialiseerde psychologische zorg aan kankerpatiënten én hun naasten. Ondernemerschap is een tweede natuur van deze Bilthovense zorginstelling. Daardoor lukte het om een nieuw onderkomen volledig met giften te financieren. Een prestatie die veel vertrouwen geeft in het welslagen van een volgende opvallende ambitie: een virtueel gebouw dat gespecialiseerde psychologische zorg bereikbaar maakt voor kankerpatiënten in heel Nederland. "Ook dat gaat ons lukken."

TEKST HANS HAJÉE

*De nieuwbouw in Bilthoven:
meervoudige mijlpaal*



Elk jaar overlijden in ons land ruim 40.000 mensen aan kanker. Dat maakt de ziekte tot doodsoorzaak nummer een. Een op de drie Nederlanders krijgt ooit in zijn leven kanker. Het Helen Dowling Instituut (HDI) biedt psychologische zorg voor kankerpatiënten en hun naasten. “De ziekte is vaak levensbedreigend en heeft grote gevolgen,” zegt directeur dr. Bram Kuiper. “Kanker dringt volkomen onverwacht iemands lichaam en leven binnen. Het is niet alleen fysiek maar ook emotioneel erg zwaar, voor de patiënt en voor diens omgeving. Door gerichte zorg helpen wij om de psychische gevolgen van kanker hanteerbaar te maken.”

Meervoudige mijlpaal

Naast deze zorg houdt het HDI zich bezig met onderzoek en kennisoverdracht. Het instituut is opgericht in 1988 en was jarenlang gevestigd op het terrein van het Utrechtse Diakonessenhuis. In 2013 volgde verhuizing naar een nieuw gebouw op het Berg en Bosch-terrein in Bilthoven. Opmerkelijk: het pand is geheel met giften gefinancierd. “De nieuwbouw betekende in meerdere opzichten een mijlpaal voor het HDI,” benadrukt Kuiper. “Het was een prestatie van formaat om midden in crisistijd de benodigde fondsen bijeen te krijgen. Dat gaf onze identiteit en het zelfvertrouwen van de organisatie een boost. Ook draagt het nieuwe gebouw bij aan de zichtbaarheid van het HDI. Een oproep voor vrijwilligers leverde tientallen reacties uit de omgeving op.”

Geen valse bescheidenheid

Het nieuwe pand schept optimale omstandigheden voor het verlenen van zorg. “Uit evaluaties blijkt dat cliënten zich hier prettig voelen. Dat draagt in positieve zin bij aan de interactie met therapeuten.” In benchmarkonderzoek scoort het HDI stevast hoog. “Een gemiddelde GGZ-instelling krijgt voor klanttevredenheid een 7,2, wij worden met een 8,7 beoordeeld. Kijk je naar klinische effecten dan nemen vermoeidheid, somberheid en angst door onze behandeling sterker af dan bij vergelijkbare GGZ-instellingen. Er is geen reden voor valse bescheidenheid; inhoudelijk behoort het HDI tot de top.”

Schaduwzijde

Niet verwonderlijk dat steeds meer mensen het instituut weten te vinden. “In 2015 deden ruim 1.900 cliënten een beroep op

VERHAAL BLIJVEN UITDRAGEN

Kanker heeft bij patiënten vaak ernstige emotionele gevolgen. “Zoals depressies en angststoornissen,” zegt Bram Kuiper. “Die laatste hebben veelal een irrealistische grondslag, gaan over zaken die niet zullen gebeuren. Angst voor de angst. Bij kankerpatiënten is de aanleiding echter concreet en tastbaar. Daarom is specialistische behandeling nodig. Niet iedereen realiseert zich dat. Ook nog lang niet alle kankerpatiënten weten dat deze hulp beschikbaar is. Daarom moeten we ons verhaal blijven uitdragen.”

onze zorg. Meer dan ooit, maar er is ook een schaduwzijde. Veel zorgverzekeraars hantieren een plafond bij het budget dat doorberekend kan worden. Is die limiet bereikt dan wordt de therapie voor hun verzekerden niet meer vergoed. Door tijdig aan de bel te trekken, proberen wij een oplossing te vinden. Doelstelling is en blijft om iedereen te helpen die bij ons aanklopt. Toch was er vorig jaar bij één verzekeraar gedurende korte tijd een cliëntenstop. Dat hopen we nooit meer

“Inhoudelijk behoort het HDI tot de top.”

mee te maken. Een tweetal verzekeraars hecht zoveel waarde aan onze zorg dat zij geen budgetplafond hanteren. Die afspraak willen we heel graag ook met alle andere zorgverzekeraars maken.”

Emotioneel zwaar

Het HDI is een GGZ-instelling die onder de basisverzekering valt. Van het budget van 3,3 miljoen euro komt dit jaar 2,3 miljoen uit bijdragen van verzekeraars. Ook zijn er inkomsten uit onderzoek en (bij)scholing. “De vergoedingen van verzekeraars en de andere inkomsten zijn onvoldoende om de kosten te dekken. McKinsey onderzocht in 2014 hoe de psycho-oncologie een duurzaam fundament kan krijgen door de kloof tussen inkomsten en uitgaven te dichten. De instituten zijn kleinschalig waardoor overhead relatief zwaar weegt. Verder gaan de rekenmodellen van zorgverzekeraars uit van zeven cliënten per dag. De kwaliteit van de zorg heeft voor het HDI hoogste prioriteit. Ons werk is nooit routineus. Vijftien procent van de cliënten overlijdt. Dit hakt er emotioneel fors in, hoeveel ervaring je

ook hebt. Daarom ondersteunen zowel onze therapeuten als die van collega-instellingen maximaal zes cliënten per dag. Dat verklaart mede waarom we elk jaar zo’n vijftien procent tekort komen. Volgens McKinsey kunnen instellingen dat financiële gat voor de helft zelf dichten door nog efficiënter te opereren. Daar werken we hard aan. Het andere deel moet komen uit een hogere vergoeding van de zorgverzekeraars. Wettelijk mogen zij 110% geven van het maximum tarief dat de Nederlandse Zorgautoriteit vaststelt, maar zorgverzekeraars willen er tot nu toe niet aan, bang als ze zijn voor precedentwerking.”

Fundament versterken

Daarom blijft het HDI voor een aanzienlijk deel van haar inkomsten afhankelijk van fondsenwerving. “In het verleden was daarbij een sleutelrol weggelegd voor ons jaarlijkse gala,” zegt Door Vonk. Zij houdt zich bij het HDI bezig met fondsenwerving en communicatie. “Met hulp van velen die ons een warm hart toedragen, zijn hiermee fantastische bedragen bijeengebracht. Wel legde dit gala jaarlijks een groot beslag op de organisatie. Om minder afhankelijk te zijn van één evenement ligt de nadruk nu op het werven van donateurs. Jaarlijks helpen we duizenden mensen. Gezien de impact van onze activiteiten is hier nog een wereld te winnen. Ook veel patiënten weten niet dat het HDI voor een substantieel deel afhankelijk is van donaties. Dat moeten we beter communiceren. De groei van de Club van 500 – waarvan ook veel ondernemers lid zijn – helpt eveneens om onze financiële basis te versterken.”

Vijftig procent

De continue aandacht voor de economische grondslag beperkt het HDI allermist in haar ambities. In 2015 werd de fusie met het Taborhuis afgerond, een collega-instelling met vestigingen in Arnhem en Groesbeek.



Minister Edith Schippers en Bram Kuiper, directeur Helen Dowing Instituut

Daardoor bestrijkt het HDI een groter gebied. Kuiper: “Uit onderzoek van het KWF blijkt echter dat nog altijd vijftig procent van de kankerpatiënten in ons land verstooken is van psycho-oncologische zorg. In het verleden is samen met collega-instituten getracht om te komen tot één landelijke organisatie. Het zou betekenen dat het HDI haar zelfstandige identiteit kwijtraakt, maar daartoe waren we bereid. Dit voornemen kwam echter niet van de grond.”

Gerechtigde investering
Daarom neemt het Bilthovense instituut zelf het voortouw bij het realiseren van een landelijk netwerk. “Mede ingegeven door eerdergenoemd McKinsey-rapport dat constateert dat meer schaalgroote zorgt voor een gezondere exploitatie. Belangrijkste drijfveer is echter dat deze waardevolle zorg voor iedereen beschikbaar komt.” Om dat mogelijk te maken, werkt het HDI aan het plan voor een organisatie die landelijk opereert. Haar huidige activiteiten zullen hierin opgaan. “Adviesbureau Berenschot ondersteunt ons bij het opstellen van een businesscase. We zijn druk in gesprek met

beoogde founding partners zoals het KWF en met de zorgverzekeraars. Die spelen een cruciale rol bij de financiering. Inschatting is dat jaarlijks ongeveer 12 miljoen euro nodig is. Een forse investering, maar alleszins gerechtvaardigd als je het afzet tegen de meerwaarde voor alle mensen die we kunnen helpen.”

Fysiek en digitaal

In de plannen speelt digitale zorg een belangrijke rol. “Het is simpelweg niet haalbaar om overal in het land fysieke gebouwen te realiseren,” weet Kuiper. “Maar dat hoeft ook niet. Bij psycho-oncologische zorg gaat het om maatwerk, afhankelijk van de aard van de problematiek. Mensen in crisissituaties moet je face-to-face begeleiden. Ook voor groepstherapie is een fysieke ontmoeting vereist. Maar in veel gevallen is digitale ondersteuning heel goed mogelijk. Zo is onze online therapie die vermoeidheid tegengaat zeer succesvol.” De voortschrijdende techniek biedt steeds meer mogelijkheden. “Denk aan virtual reality brillen waarmee het contact met een therapeut bijna levensecht wordt.”

In de plannen refereert het HDI aan een virtueel gebouw. “Die term is vooral een metafoor, in de zin van een onzichtbare mantel die kankerpatiënten beschermt. Een gebouw als co-therapeut waarbij zij altijd terecht kunnen. Voor een fysieke ontmoeting én voor digitale ondersteuning.”

Positieve energie

Kuiper merkt dat de plannen voor een landelijk netwerk veel teweeg brengen. “Er is een duidelijke parallel met ons nieuwe pand in Bilthoven. De realisatie ervan zorgde destijds voor veel positieve energie. Die ontstaat nu weer. Zowel binnen de organisatie als bij iedereen met wie we over deze plannen praten. Ook potentiële donateurs reageren zeer positief op onze ambities. Bij de plannen voor onze fysieke nieuwe huisvesting dacht menigeen: ‘Dat lukt ze nooit’. Maar het lukte wel. Dat geeft ook bij dit virtuele gebouw veel vertrouwen. Ik ben ervan overtuigd dat er over vijf jaar een gezonde, solide organisatie staat die psychologische zorg op maat biedt voor kankerpatiënten in heel Nederland.” ■

MKB-Nederland en Port4Growth lanceren High Growth Summit

Klein helpt Groot

MKB-Nederland en Port4Growth, platform voor groeiondernemers, slaan een brug tussen ambitieuze, groeiende bedrijven en grote concerns. In het nieuwe programma “Klein helpt Groot” gaan de initiatiefnemers 400 groeiende bedrijven en tien grote concerns in sessies bij elkaar brengen voor het uitwisselen van gerichte kennis, ervaring en inspiratie. Uiteindelijk doel is het tackelen van problemen waar bedrijven bij hun groei tegenaan lopen.



Leendert-Jan Visser (MKB-Nederland) en Joop de Jong van Port4Growth.

Snelgroeiende bedrijven zijn cruciaal voor de Nederlandse economie en werkgelegenheid. Maar het aantal snelle groeiers neemt de laatste jaren af. “Bedrijven met een echte groeiambitie lopen tegen uiteenlopende problemen aan,” zegt directeur Leendert-Jan Visser van MKB-Nederland. “Bijvoorbeeld op het gebied van financiering, personeel en internationalisering. Een kenmerk van groeiende bedrijven is dat de focus vaak intern gericht is. Uit onderzoek van Port4Growth blijkt ook dat groeiondernemers zich vaak eenzaam aan de top voelen. Ze missen een netwerk en maken weinig gebruik van de kennis en ervaring van collega-ondernemers, grote concerns of kennisinstellingen. Daar gaan we met dit programma heel concreet iets aan doen. We ondersteunen groeiende bedrijven om hun ambities te realiseren en bieden hen een uitstekend netwerk waar ze verder mee kunnen.”

Kennisuitwisseling

Groeiondernemers kunnen veel opsteken van de kennis en ervaring van grote bedrijven. Andersom kunnen grote gevestigde bedrijven weer leren van de ondernemende oprichters

van groeiende bedrijven. Joop de Jong, oprichter/ondernemer van Port4Growth: “De kracht van het ‘Klein helpt Groot’-programma is dat we de inspiratie en ervaring van ambitieuze groeiondernemers (scale-ups) direct verbinden met medewerkers/managers van het grootbedrijf. Dat het grootbedrijf open staat om te leren van innovatieve snelle groeiers geeft ook een stuk erkenning. Op een hele praktische manier komt daarmee de zo noodzakelijke kennisuitwisseling in het bedrijfsleven van groot tot klein tot stand.”

Lancering in Oosterbeek

Andersom zijn er sessies vanuit het grootbedrijf die gericht zijn op de overdracht van kennis en ervaring op een specifiek gebied. Dat kunnen de groeiondernemers zelf bepalen. Zo ontstaat een uitwisseling van waardevolle informatie voor beide partijen en een belangrijk netwerk voor de groeiondernemers. Het programma Klein helpt Groot werd op 24 juni gelanceerd tijdens de High Growth Summit in Oosterbeek. Die dag vonden direct de eerste co-creatiesessies plaats tussen een groep groeiondernemers en grote concerns waaronder ING, Post NL en Randstad.

Het programma van MKB-Nederland en Port4Growth heeft in eerste instantie een looptijd van een jaar. Op grond van alle gesprekken en overdracht van kennis, ervaring en problemen willen de organisaties tevens beter inzicht krijgen in wat groeiende bedrijven stimuleert en beperkt. Met dat inzicht willen de betrokken partijen samen een bijdrage leveren aan de groeiagenda voor de toekomst.

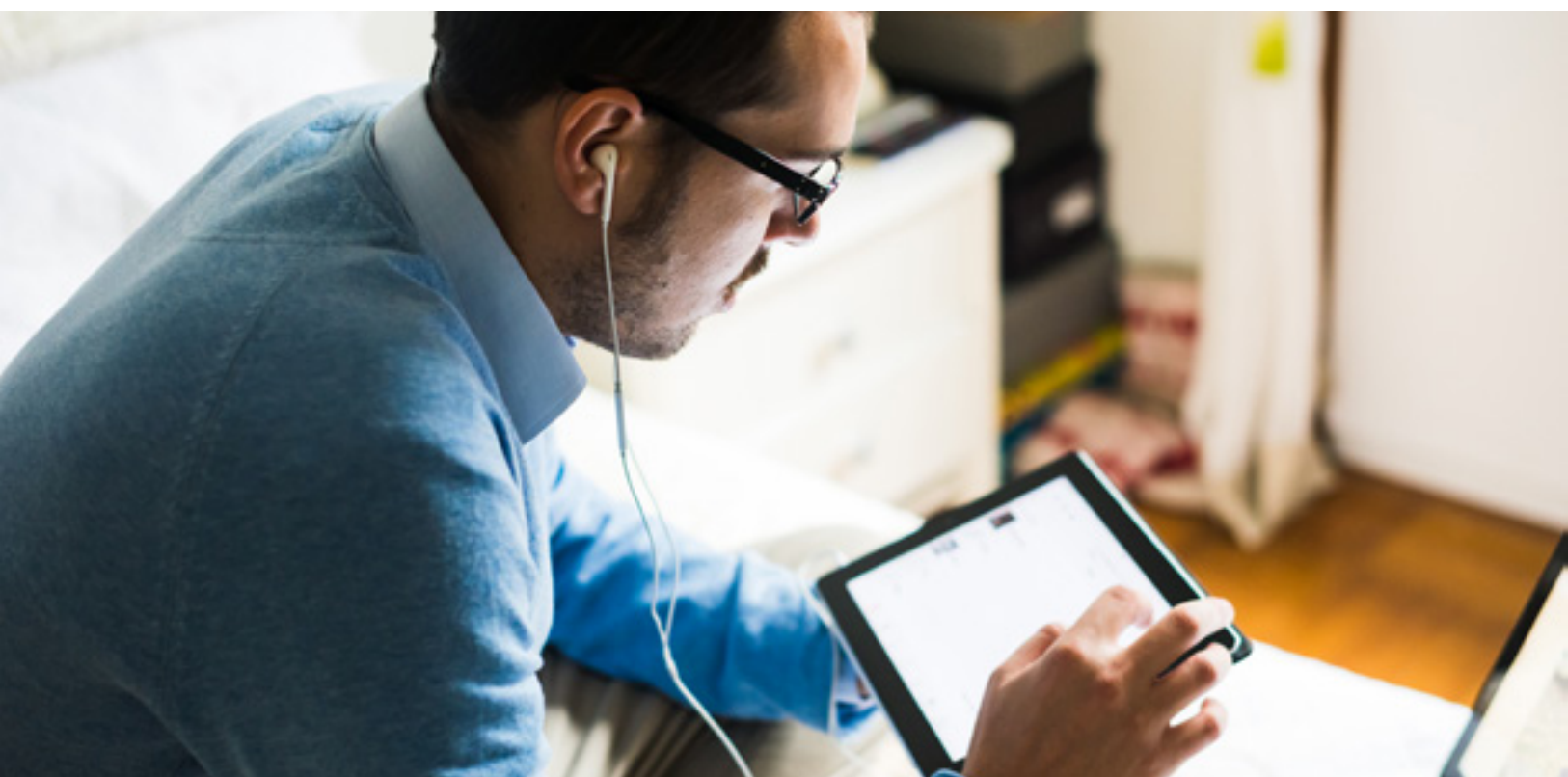
Serieuze groeiambitie

De betrokken groeiondernemers komen deels uit de achterban van Port4Growth en MKB-Nederland maar deelname staat ook open voor andere ondernemers. Zij moeten een serieuze groeiambitie hebben, een omzet van tenminste 1 miljoen euro en minimaal 10 fte's personeel.

Bent u zo'n ondernemer? Meld u dan aan voor één van de twintig sessies via www.highgrowthsummit.nl. ■

Contact en informatie:

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



Word een mobiele onderneming

Volgens onderzoeksbureau Gartner waren er vorig jaar wereldwijd zo'n 6,7 miljard smartphones. Dat aantal zal alleen nog maar groeien. Het leidt tot een drastische verandering van de manier waarop consumenten en werknemers met elkaar en met ondernemingen willen communiceren. Om ervoor te zorgen dat ze kunnen blijven concurreren in deze mobiele tijd moeten bedrijven hun strategie, processen en technologieën heroverwegen.

De laatste jaren heeft het creëren van een integrale mobiele strategie enorm aan belang gewonnen. Nog niet eens zo lang geleden bestond die strategie misschien uit slechts een enkele app of een mobiele website, en dat volstond. Vóór de wijdverspreide toepassing van smartphones en tablets waren de verwachtingen van de gebruikers niet bijzonder hoog. De meeste

ondernemingen beschouwden een app als een leuk-om-erbij-te-hebben gadget.

Direct en altijd

Dat veranderde rond 2007 met de komst van de iPhone en de razendsnel groeiende populariteit van tablets en *smartphone computing*. Met de belofte van overal en altijd connectiviteit boden deze devices

een alomvattende, gebruikersvriendelijke digitale ervaring zonder dat de gebruiker gebonden was aan lap- of desktop. De nieuw gevonden vrijheid zorgde voor hogere verwachtingen en meer mogelijkheden voor mobiliteit, ook in een zakelijke omgeving. Iedereen – cliënten, werknemers en partners – heeft nu de beschikking over een middel dat direct en

altijd toegang biedt tot tools en informatie. Tegelijk met die toegang gaan gebruikers uit van een ervaring die net zo compleet en intuïtief is als die ze kennen van hun desktop. En digitaal-slimme medewerkers verwachten ook in de werkomgeving dezelfde ervaringen als bij de toepassingen die zij als consument gewend zijn te gebruiken.

Scheiding

De veranderingen op het gebied van technologie en gebruikersgedrag vereisen een drastische aanpassing van de manier waarop ondernemingen het concept "mobiel" aanvliegen. Veel ondernemingen maken echter nog altijd een scheiding tussen hun mobiele strategie en andere digitale inspanningen. En in plaats van alles overkoepelend te benaderen, vallen afzonderlijke mobiele initiatieven vaak onder verschillende businessunits of afdelingen. Deze onafhankelijke afdelingen nemen IT zelden mee in de initiële planning. Dat resulteert in een gefragmenteerde, niet-geïntegreerde aanpak van mobiliteit.

Samenhangende structuur

Een initiële gefragmenteerde aanpak van mobiliteit kan resulteren in tijdrovende en dubbel uitgevoerde processen. Daarom zijn de eerste stappen op weg naar een mobiele onderneming cruciaal. "Mobiel 1.0" vormt vaak het fundament voor een meer complete, mobiele ondernemingsstrategie. Het pad hiernaartoe ziet er gewoonlijk als volgt uit:

- Experimentele stadium: in dit stadium wordt het mobiele initiatief ingevuld door een enkele businessunit. Zelden is de IT-afdeling hierbij betrokken en het project wordt over het algemeen onafhankelijk van andere ondernemingsinitiatieven uitgevoerd. Vanwege een gebrek aan budget en betrokkenheid van de IT-afdeling wordt de toepassing gebouwd voor implementatie in slechts één of hoogstens enkele mobiele platforms.
- Uitrolstadium: dankzij succes in het experimentele stadium is de mobiele strategie geëvolueerd naar een aanpak die meer op de onderneming is gericht. Maar omdat een duidelijk omschreven strategie ontbreekt, hebben ondernemingen de neiging om een aantal

verschillende en soms zelfs elkaar tegenwerkende toolsets te gebruiken om hun toepassingen te beheren. Dit kan resulteren in een gefragmenteerde aanpak met diverse onnodige en overbodige processen.

- Ondernemingsstadium: voortbouwend op voorafgaande projecten vliegen volwassen ondernemingen het mobiliteitsconcept *top-down* aan met een geïntegreerde, organisatiebrede aanpak. Dit gaat gepaard met commitment van de leiding, samenwerking van meerdere business units en IT. Er is ondersteuning van technologiepartners die de doelen van vandaag kunnen realiseren en tegelijkertijd de onderneming kunnen klaarmaken voor succes in de toekomst.

Commitment vereist

Het creëren van een substantiële mobiele aanwezigheid vereist een robuust plan,

een concept dat stevig verankerd is in de visie en initiatieven van de onderneming. Zonder zo'n plan kan een poging om mobiele toepassingen te implementeren, resulteren in het verlies van klantenvertrouwen, een lagere omzet en een negatieve merkperceptie.

Net als met elke revolutionaire verandering zoals *mainframe computing*, pc en internet houdt de shift naar mobiel in dat ondernemingen hun doelen moeten bijstellen en andere prioriteiten moeten stellen. Een alomvattende mobiele strategie vereist een enorm commitment en actieve deelname van iedereen binnen de organisatie. Maar als het lukt, kan een organisatie de ontwikkelingen op het gebied van technologie niet alleen bijhouden maar ook vóór zijn. En daarmee aan de verwachtingen van cliënten blijven voldoen. ■



HET MOBILE TIJDPERK

De continue en elkaar snel opvolgende veranderingen, innovaties en de daarbij opgeroepen verwachtingen worden ook wel *mobile time* genoemd, het mobiele tijdperk. Een recente publicatie van onderzoeks-resultaten in Time Magazine geeft inzicht in de status quo:

- 84% van de ondervraagden geeft aan dat ze geen dag zonder hun mobiele device zou kunnen.

- 65% zou als ze óf hun lunch óf hun mobiele device mee naar kantoor mocht nemen, kiezen voor het device.
- Voor 51% is de mobiele device belangrijker dan hun laptop of desktop computer.

Gezien de daling van de pc-verkopen en de stijging van die van mobiele devices, is de mobiele revolutie nog lang niet ten einde. Ondernemingen hebben geen andere keuze dan hierin mee te gaan.

Hans Pieters, horeca- en vastgoed-ondernemer in hart en nieren, vervult een belangrijke rol in de Utrechtse gastvrijheidssector. Als mede-eigenaar van succesvolle restaurants en verrassende hotels in de Domstad bepaalt hij met zijn maatschappelijk betrokken bedrijfsvoering in belangrijke mate de standaard binnen de branche. Als nieuwe partner van De Slinger zet Pieters deze visie graag in binnen zijn netwerk.

TEKST MAURICE HENGEVELD



Duurzame visie voorop bij Hans Pieters

“Betrokken ondernemen zit in alle dingen die we doen”

Maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaamheid zijn belangrijke pijlers onder de bedrijfsvoering van Hans Pieters. De mede-eigenaar van de restaurants Broers, Zussen en de Rechtbank alsmede het Court Hotel, Mother Goose en Eye Hotel, beschouwt deze betrokken aanpak als vanzelfsprekend. Bij het verrassende en inmiddels alom bejubelde Eye Hotel bijvoorbeeld, sinds medio 2015 gevestigd aan de Wijde Begijnestraat, stond duurzaamheid ook tijdens de verbouwing centraal. “Daarnaast is het een nadrukkelijk onderdeel van hoe wij de dingen doen,” licht Pieters toe. “Wij maken bij Eye gebruik van de meest moderne technieken en duurzame oplossingen die bijdragen aan ons doel: gasten een unieke beleving en fantastische nachtrust bieden. Momenteel zijn we in voorbereiding voor evaluatie van ons duurzaamheidsbeleid door Green Key, het internationale keurmerk voor duurzaamheid in hotels. Ook draagt Eye Hotel door haar samenwerking met EARTH Water bij aan diverse waterprojecten in Azië en Afrika. Betrokken ondernemen zit in alle dingen die we doen.

Dat leven wij dagelijks na aan de hand van een aantal vaste principes.”

Utrecht City Hotels

Sinds begin 2015 is Pieters tevens *founding partner* en eigenaar van Utrecht City Hotels: een collectie unieke kleinschalige Utrechtse hotels waaronder Hotel26, met vijf gerenoveerde werfkelders aan de Oude- en Nieuwegracht. Onder het nieuwe moedermerk Utrecht City Concepts valt ook Havaa Apartments, dat short stayappartementen aanbiedt op diverse locaties rondom het bruisende centrum van de Domstad. “Naast een passie voor service en voor Utrecht staat bij Utrecht City Hotels ook ondernemen uit overtuiging centraal. Wij zijn betrokken bij zowel onze gasten als onze omgeving en ervan overtuigd dat bijdragen aan een groener milieu bij onze verantwoordelijkheden hoort. We beschouwen dat als één van onze kernwaarden. Door simpele aanpassingen te doen, zoals voor LED-verlichting te kiezen, een waterbesparend systeem te gebruiken in de hotels en met leveranciers te werken die onze waarden delen,

maken we al een groot verschil. Onze unieke hotels, met ieder een eigen concept en identiteit, zijn allen door historische verhalen verbonden aan de monumentale panden. Het label Utrecht City Hotels staat als kwaliteitssleutel garant voor een unieke ervaring.”

Waarom De Slinger?

Met zijn Utrecht City Concepts – sinds kort partner van De Slinger Utrecht – zet Pieters zijn visie rond betrokken ondernemerschap en duurzaamheid graag ook in binnen het netwerk. “De Slinger zet zichzelf neer als een ondernemend netwerk met hart en ambitie voor de stad dat inspireert, verbindt, onderzoekt en initieert. Dat spreekt mij natuurlijk enorm aan. Verbonden zijn en actief meedenken binnen het groeiende netwerk van De Slinger draagt bij aan een breder besef van wat betrokken ondernemerschap is en te bieden heeft. Niet alleen voor ondernemers zelf, ook voor de stad. Winst en waarde toevoegen en elkaar versterken. Dat is van groot belang en daar ligt in mijn beleving dan ook de toegevoegde waarde van De Slinger.” ■

Aanpassingen Wet werk en zekerheid

Ketenregeling bij seizoensarbeid

Per 1 juli 2015 is de ketenregeling zodanig gewijzigd dat in een periode van 24 maanden drie arbeidsovereenkomsten voor bepaalde tijd met tussenpozen van ten hoogste zes maanden aangegaan kunnen worden, voordat een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd ontstaat.

De minister heeft nu aangegeven dat bij functies die seizoensgebonden zijn doordat de werkzaamheden onderhevig zijn aan klimatologische of natuurlijke omstandigheden, de tussenpozen bij cao kan worden teruggebracht naar drie maanden. Deze functies kunnen daardoor gedurende ten hoogste negen maanden per jaar worden verricht. Het kabinet acht het van belang om dit over te laten aan cao-partijen aangezien zij het beste kunnen bepalen welke functies voor de aangepaste ketenregeling in aanmerking komen. Het kabinet acht deze wijziging gerechtvaardigd omdat het gaat om functies waarbij de werkzaamheden niet het gehele jaar verricht kunnen worden vanwege de weersomstandigheden. Een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd ligt dan niet in de rede.

Het is echter niet mogelijk om de gewijzigde ketenregeling toe te passen op verschillende functies die achter-



mr Merel Raab

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

eenvolgens door dezelfde werknemer kunnen worden verricht of wanneer het gaat om functies die langer dan negen maanden per jaar kunnen worden verricht. Voor deze laatste categorie functies kunnen cao-partijen gebruik maken van de reeds bestaande mogelijkheid om af te wijken bij cao. Cao-partijen kunnen in dat geval de periode verlenen van 24 tot 48 maanden en het aantal arbeidsovereenkomsten verhogen van drie naar zes.

Transitievergoeding bij langdurige arbeidsongeschiktheid

Na de invoering van de Wet werk en zekerheid is veel kritiek ontstaan op het uitkeren van een transitievergoeding aan een werknemer van wie afscheid wordt genomen na twee jaar ziekte. Het kabinet heeft deze kritiek opgepikt en stelt nu voor om werkgevers te compenseren voor de verschuldigde transitievergoeding. Een werkgever zal dan een compensatie ontvangen uit het Algemene werkloosheidsfonds (Awf). Hier staat echter tegenover dat de uniforme premie die een werkgever betaalt, verhoogd wordt.

Het kabinet acht deze wijziging gerechtvaardigd aangezien werkgevers al eerder geconfronteerd zijn met hoge kosten vanwege de ziekte van een werknemer.

Inwerkingtreding

De minister hoopt de gewijzigde ketenregeling per 1 juli 2016 in te voeren. Op de wijziging die ziet op de transitievergoeding bij langdurige ongeschiktheid moeten we nog iets langer wachten: naar verwachting zal deze wijziging pas op 1 januari 2018 in werking treden.

Ieder bedrijf wordt een softwarebedrijf

The war for talent

Wat onderscheidt bedrijven als John Deere, ING en Coolblue? Zonder IT en specifiek zonder software zouden deze bedrijven allang niet meer bestaan, wat in wezen voor vrijwel ieder ander bedrijf geldt. Maar wat deze bedrijven vooral onderscheidt, is het feit dat op grote schaal met software de proposities naar de klant en bijbehorende verdienmodellen aangepast worden. Ingegeven door ontwikkelingen op gebieden als Internet of Things (IoT) bij John Deere, fintech bij ING en e-commerce bij Coolblue.

Je kunt moeiteloos vele andere organisaties noemen waar een soortgelijke ontwikkeling speelt. Bedrijven als de bovengenoemde drie hebben de afgelopen jaren op grote schaal IT-talent aangetrokken. Je zou ze al bijna als softwarebedrijf kunnen typeren. De in de software-industrie gebruikelijke werkwijzen en methodes als *agile*, *lean* en *scrum* krijgen zo een veel bredere toepassing, zoals recent ook bij ING.

Deze trend zal zich verder doorzetten. Over vijf jaar zal ieder bedrijf hetzij een softwarebedrijf zijn zoals hierboven bedoeld, dan wel niet meer bestaan. Althans, volgens sommige experts. Je kunt zo'n uitspraak natuurlijk met een korreltje zout nemen, maar als trend is het niet te negeren. Wel zal het tempo per bedrijfstak verschillen.

Wat betekent dit voor de IT-sector zelf? Niets dan goed nieuws, zou je zeggen. Maar het ligt genuanceerder. Waar



Ben Alfrink
 Founder Skillcity
 & Dutch Software
ben.alfrink@sweetspot.nl

vroeger op grote schaal IT-expertise ingehuurd werd, nemen veel opdrachtgevers nu zelf het heft in handen. Vanuit het besef dat IT tot de *core* van het bedrijf behoort, maar ook gedreven door teleurstellingen bij uitbesteden in het verleden. Het huidige management is relatief jonger dan vroeger en meer vertrouwd met de mogelijkheden die IT biedt. Het spel wordt korter op de bal gespeeld en ontwikkelcycli zijn nu vele malen korter dan in het verleden het geval was.

Een ander gevolg van deze ontwikkeling is de verhevigde strijd om IT-talent.

IT-bedrijven hebben op de arbeidsmarkt met veel meer concurrentie te maken. Omgekeerd kijkt het jonge talent veel breder naar de markt. Met name softwareontwikkelaars zijn zeer gewild en hebben met een adequate opleiding op zak goedbetaalde banen voor het uitkiezen. De vraag naar goed (lees: recent) opgeleid IT-talent is vele malen groter dan de uitstroom van hogescholen en universiteiten. Hierdoor zal de BV Nederland onvoldoende tempo kunnen maken. Zeker vergeleken met een land als de VS waar IT over de volle breedte veel meer ingeburgerd is. Zo studeren aan Stanford University meer vrouwen dan mannen die IT als hoofdrichting omarmd hebben. Wij moeten het hier doen met een vrouwelijke ambassadeur Techniekpact.

Er moet dus een tandje bijgezet worden en dat geldt zeker ook voor Midden-Nederland. De opleidingen moeten veel sneller de ontwikkelingen in de markt volgen en er zouden onorthodoxe stimuleringsmaatregelen moeten komen om meer leerlingen – en meisjes – voor IT als vervolgopleiding te laten kiezen. Alles gericht op het structureel verdubbelen of verdrievoudigen van het potentieel aan goed opgeleid IT-talent.

Al is bancaire financiering nog altijd verreweg de belangrijkste vorm van vreemd vermogen, het aantal opties voor het mkb neemt steeds verder toe. Crowdfunding, kredietunies en mkb-fondsen zijn aan een opmars bezig. Dit levert kansen op voor ondernemers maar zorgt ook voor hoofdbreken. Hoe word je wegwijs uit alle mogelijkheden?

Foto Shutterstock/Marian Weyo



Diversiteit financierings-landschap groeit

Economen van Rabobank brachten de ontwikkeling van het Nederlandse financieringslandschap in kaart. Uit het rapport met conclusies blijkt dat alle vormen van kredietverstrekking in 2015 toenamen. Verder is bancaire financiering voor het mkb nog altijd de belangrijkste vorm van vreemd vermogen. Eind 2015 hadden de grootbanken gezamenlijk 285 miljard euro krediet uitstaan bij het Nederlandse bedrijfsleven, waarvan 130 miljard euro aan het mkb. Wel neemt de diversiteit van financieringsvormen steeds verder toe. Naast de meer traditionele instrumenten als leasing en factoring groeiden ook crowdfunding en kredietunies vorig jaar sterk. Mkb-fondsen vervullen eveneens een grotere rol.

Crowdfunding in de lift

Het zal niemand ontgaan dat crowdfunding steeds populairder wordt. In 2015 is 128 miljoen euro opgehaald via deze vorm van financiering, waarvan bijna 110 miljoen door ondernemers. Afgezet tegen de totale omvang van kredietverlening is dit bedrag beperkt, maar het betekent wel een verdubbeling ten opzichte van 2014. Volgens Rabobank zetten vooral ondernemers in de vastgoedbranche

en de horeca crowdfunding in voor hun financiering. Bijkomend voordeel voor deze laatste groep is dat crowdfunding ook de mogelijkheid biedt om toekomstige klanten te binden. Enthousiaste investeerders worden zo waardevolle ambassadeurs.

“Enthousiaste investeerders worden waardevolle ambassadeurs.”

Qredits

Kredietverstrekker Qredits realiseerde in 2015 zowel een groei in microkredieten tot 50.000 euro als van mkb-leningen tot 250.000 euro. In totaal investeerde Qredits vorig jaar 41 miljoen euro. Nederland telt inmiddels enkele tientallen kredietunies; sommige daarvan zijn nog in oprichting. In 2015 verstrekten enkele kredietunies samen 3 tot 4 miljoen euro krediet aan bedrijven.

Zoektocht naar rendement

De lage rente op spaargeld en op veilige beleggingen als staatsobligaties zorgt ervoor dat particulieren en institutionele beleggers naarstig op zoek zijn naar alternatieven met meer rendement. Volgens Rabobank hebben institutionele beleggers daarbij behoefte aan schaalgroottes. Daarom geven zij er de voorkeur aan om te investeren via een fonds. Nieuwe initiatieven zoals het MKB-Impulsfonds, het Bedrijfsleningenfonds en het Achtergesteldleningenfonds spelen in op die behoefte.

De bomen en het bos

De almaar toenemende diversiteit aan financieringsvormen en -bronnen zorgt ervoor dat ondernemers volop keuzemogelijkheden hebben. Keerzijde van de medaille is dat zij vaak door de bomen het bos niet meer zien. Aanvullende expertise is dan nodig. Banken stellen zich in toenemende mate op als financieel regisseur. Ook gaan zij steeds vaker samenwerking aan met andere partijen om zakelijke klanten een breed palet aan financiële diensten te kunnen bieden. Zo blijft one-stop-shopping toch binnen bereik. ■

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.

1

★★★★★
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

2

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

Restaurant en werklocatie
Open op maandag t/m vrijdag vanaf 7 uur!

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

www.vineyardfoodanddrinks.nl

Interieur fotografie: Bas Arps

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



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



LOCATIE 78

VEELZIJDIG & GASTVRIJ

Vergadering, lunch of diner?

www.locatie78.nl

Burg. v.d. Weijerstraat 78 • Bunnik • 030 636 53 28

Op 150 mtr. van  **WAPEN VAN BUNNIK**
Café - Restaurant




Woudschoten

HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

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




wapen van haarzuylen

Mariënhof Amersfoort


MONUMENTAAL STADSKLOOSTER IN HET HARTJE VAN AMERSFOORT!

VERGADEREN - CONGRESSEN - EVENEMENTEN - UNIEKE CONCEPTEN

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



Hoi, ik ben Anne!
Meeting expert bij Carlton President.



AT CARLTON PRESIDENT WE TURN YOUR BUSINESS EVENT INTO A MEMORY!

Ga naar CARLTON.NL/PRESIDENT of bel Anne 030 2425900
Volg ons op [instagram.com/carltonutrecht](https://www.instagram.com/carltonutrecht)



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



Restaurant

't Wapen van Haarzuylen



Bourgondisch genieten!

Brink 2 | 3455 SE Haarzuilens
Tel. 030-677 19 98
info@wapenvanhaarzuylen.nl

www.wapenvanhaarzuylen.nl



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

 Download onze App
iOS + Android

www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg

HET ZIJN MAAR CIJFERS

Door Maarten Schellekens

Maarten Schellekens stelt dat een rationele, cijfergestuurde aanpak bedrijven belemmert bij succes in het digitale tijdperk. Door de crisis heeft deze benadering aan legitimatie gewonnen. Het leidt tot een focus op output volgens meetbare indicatoren en tot minder ruimte voor verantwoordelijkheid. Volgens Schellekens staat dit op gespannen voet met de vrijheid, creativiteit en innovatie die in de nieuwe economie vereist zijn. En het zorgt voor wrijving tussen de gevestigde orde en de generatie Y. Om het talent van deze groep medewerkers tot volle wasdom te laten komen, moet het management kiezen voor een andere aanpak. De zeven eisen van de nieuwe generatie die Schellekens onderscheidt, kunnen daarbij helpen.

140 pag. ISBN 978-90-5594-974-8. Scriptum, € 17,95.



DE WEG NAAR EXCELLENT LEIDERSCHAP

Door Anja Hilgers en Charlotte Staats

Aansprekende leiders inspireren en motiveren. Daarom gingen Anja Hilgers en Charlotte Staats op zoek naar rolmodellen. Zij vroegen deelnemers aan hun workshops wie zij als excellente leidinggevendenden beschouwen. Een aantal daarvan is geïnterviewd voor *De weg naar excellent leiderschap*. Er blijken vijf onderwerpen te zijn waarop zij zich onderscheiden. Succesvolle leiders starten met een stevige basis. Zij nemen de tijd om teamleden te leren kennen en hechten aan het formuleren van gemeenschappelijke waarden. In teams worden verschillen benut; iedereen maakt gebruik van elkaars sterke punten. Ook creëren aansprekende leiders echte betrokkenheid en stimuleren eigenaarschap. Vijfde pijler: focussen op teamresultaat. Succesvolle leiders maken ruimte voor buitengewone prestaties.

177 pag. ISBN 978-94-6272-058-9. Thema, € 24,99.



INBURGERINGSCURSUS VOOR MANAGERS

Door Joop Swieringa

Het nieuwste boek van organisatieadviseur Joop Swieringa – bekend van onder meer *Gedoe komt er toch* – is een woordenboek voor managementtaal. Zo'n boek is nodig, want gewoon duidelijk zijn is voor een manager die succes nastreeft zeer onverstandig. Als je carrière wilt maken, is het juist zaak om met zorgvuldig gekozen taalgebruik de ware bedoelingen te verbergen. Managers zeggen niet wat ze bedoelen, en doen wat ze niet zeggen. Swieringa's inburgeringscursus kent zeven categorieën:

kernwoorden, verdoezelwoorden, piramidale woorden, beheerswoorden, vechtwwoorden, veranderwoorden en bezweringen. Het boek geeft niet alleen inzicht in managementtaal maar wil ook helpen om te doorgronden hoe bureaucratie werkt.

221 pag. ISBN 978-94-6126-168-7. Haystack, € 18,50.



DOORBREKEN

Door Dirk-Jan de Bruijn

De huidige fundamentele veranderingen vragen om een adequate reactie. Ook van de publieke sector. Volgens bedrijfseconoom Dirk-Jan de Bruijn – ruim twintig jaar werkzaam in management- en directiefuncties binnen de Rijksdienst – blijft die reactie uit. Vastgeroeste patronen leiden tot meer toezicht en controle, meer protocollen en regels. Hiermee wordt de bestaande situatie in stand gehouden. De auteur maakt duidelijk hoe deze onwenselijke patronen inzichtelijk worden en geeft aan hoe zij vervolgens kunnen worden doorbroken. Daarvoor is een benadering nodig waarbij energie, inspiratie en aansprekende toekomstbeelden centraal staan. Eén waarbij het niet gaat om moeten maar om willen.

165 pag. ISBN 978-90-5594-975-5. Scriptum, € 19,95.





't Wapen van Bunnik en Locatie78

Veelzijdige combinatie met persoonlijke gastvrijheid

't Wapen van Bunnik is een begrip in de regio. De kruisbestuiving met Locatie78 levert een ijzersterk en veelzijdig aanbod op. "Onze persoonlijke gastvrijheid wordt zeer op prijs gesteld".

De historie van café restaurant 't Wapen van Bunnik gaat terug tot de 17e eeuw. "Het is één van de oudste panden in de dorpskern," zegt Sjoerd-Dirk van der Leest. Zijn ouders namen 't Wapen van Bunnik ruim dertig jaar geleden over. "Van dorpscafé bouwden zij het uit tot een veelzijdige horecagelegenheid met een goede klassieke keuken." Samen met zijn broer Gerard heeft Sjoerd-Dirk het familiebedrijf uitgebreid met Locatie78. "Er was veel vraag naar grotere bijeenkomsten en feesten. Met beide locaties bieden wij daarvoor een verrassende combinatie." Eetcafé De Jonckheer in Zeist is hun derde horecabedrijf. "Dit gezelligste eetcafé van de regio serveert sfeer, warmte, samen-zijn en bijpassende gerechten."

364 dagen open

Alleen op 1 januari is 't Wapen van Bunnik gesloten. "Verder zijn we elke dag geopend, door de week zelfs al vanaf 9.00 uur. Voor een kop koffie, een vergadering, lunch, een drankje op het zonnige terras of een diner in het restaurant. Het merendeel van onze gasten is afkomstig uit Bunnik en een straal van zo'n twintig kilometer daaromheen." Zo weten bijvoorbeeld ook mensen die in het Utrecht Science Park werken de weg naar Bunnik regelmatig te vinden. "Met de fiets zijn ze in amper tien minuten hier."

Steenworp afstand

Ongeveer de helft van de gasten bij 't Wapen van Bunnik heeft een zakelijke achtergrond. "In onze twee vergaderruimtes kunnen groepen tot ongeveer 25 personen terecht. Voor grotere gezelschappen is Locatie78 een perfecte plek. Deze vergader- en evenementenlocatie ligt op een steenworp afstand en faciliteert bijeenkomsten tot zo'n 200 personen. Denk onder meer aan seminars, bedrijfspresentaties, vergaderingen, beurzen maar ook verjaardagen, bruiloften, diners en buffetten." Alle culinaire elementen worden in eigen keuken bereid. "Daarnaast is onze cateringdienst op elke gewenste locatie inzetbaar."

Kruisbestuiving

't Wapen van Bunnik en Locatie78 kenmerken zich door een optimale bereikbaarheid met zowel de auto als het openbaar vervoer. "Binnen vijf minuten zit je op de A12, het NS Station bevindt zich op loopafstand. En parkeren is hier gratis." Gasten profiteren van de kruisbestuiving tussen beide bedrijven. "Bij een bijeenkomst in Locatie78 serveren wij regelmatig een lunch of diner in 't Wapen van Bunnik. Deelnemers zijn er dan even uit. In een andere omgeving kunnen zij ontspannen en nieuwe energie opdoen. Een wandeling langs de Kromme Rijn of op het prachtige landgoed de Niënhof is daarvoor uitermate geschikt. Binnen enkele minuten zijn gasten midden in het groen."

Onderscheidend

"Samen met ons geweldige team koesteren we de onderscheidende eigenschappen van dit familiebedrijf," zegt Van der Leest. "Grote vergadercentra zijn vaak massaal en anoniem. De persoonlijke gastvrijheid die mensen hier ervaren, wordt zeer op prijs gesteld. Samen met de veelzijdige faciliteiten vormt dat ons belangrijkste onderscheidend vermogen." ■

Voor meer informatie:

www.wapenvanbunnik - www.locatie78.nl

Sleutel voor welvaart en economische groei

Dagelijkse beweging moet een feest worden

Vaak wordt gekeken naar de beurskoers, werkgelegenheid of de hoogte van de rente en investeringen als belangrijkste parameters voor economische groei en welvaart. Stuk voor stuk ongrijpbare factoren die voor de meeste mensen moeilijk te beïnvloeden zijn. Toch heeft de Nederlander volgens Wouter Lagendijk (directeur Activation Group) en John van Heel (directeur EFAA) de sleutel voor meer welvaart en economische groei voor een groot deel in eigen hand. Het is hierbij van groot belang dat we meer en vaker in beweging komen.



Activation Group en EFAA ondertekenden onlangs een samenwerkingsovereenkomst als aanjagers van een actieve leefstijl. Onder het motto “Bewegen is Medicijn” en heel Nederland “van Bankzitter tot Topper” geven zij het startsein.

Plezier in de reis

“Met innovatieve, leuke en energieke beweegprogramma’s gaan wij de komende jaren actief campagne voeren om heel Nederland in beweging te krijgen,” aldus Wouter Lagendijk. “Buurt voor buurt; stad voor stad. We gaan hierbij uit van een nieuwe benadering om mensen te motiveren en te begeleiden om meer en vaker in beweging te komen. Hiervoor geldt dat het plezier in de reis belangrijker is dan het zo snel mogelijk bereiken van het beoogde doel.”

Kop en staart

“De meeste sport- en beweegprogramma’s zijn gericht op het snel bereiken van bepaalde meetbare doelstellingen. Denk aan de wens om vijf kilo af te vallen, conditie op te bouwen of zichtbaar meer spiermassa te kweken,” vult John Van Heel aan. “Dit terwijl in de praktijk blijkt dat mensen juist door het loslaten van deze doelstellingen en het verleggen van de focus naar het gewenste beweeggedrag, het creëren van een serie plezierige belevenissen en een stip aan de horizon op lange termijn betere resultaten behalen.”

Deze nieuwe zienswijze resulteerde in een serie groepsprogramma’s met een duidelijke kop en staart. “Denk hierbij niet aan standaard trainingsschema’s of monotone oefeningen waardoor de meeste mensen al snel hun motivatie verliezen,” zegt Wouter Lagendijk. “Bewustwording, beleving en entertainment zijn de toverwoorden. Dagelijkse beweging moet een feest worden.”

Drie keer tien per dag

Het doel is om iedere Nederlander minimaal tien minuten per dagdeel in beweging te krijgen. Hoe simpel het ook lijkt, voor ruim acht van de tien mensen lijkt het een bijna onmogelijke opdracht. Zij leiden een overwegend zittend bestaan. Uit bed, in de auto, naar kantoor, zittend achter een computer, bij thuiskomst eten en snel op de bank uitpuffen van een zware dag. “Mensen zijn zich er niet van bewust dat ons beweeggedrag vergaande gevolgen heeft,” benadrukt John



van Heel. “Trappen hebben plaatsgemaakt voor roltrappen en liften. Steeds vaker pakt men uit gemak de auto, sporten lukt door alle drukte hoogstens één keer per week. Onderzoek toont aan dat tachtig procent van de sportschoolbezoekers teleurgesteld afgehaakt bij het niet snel genoeg behalen van het gewenste resultaat. Overmatig zitgedrag

“Door een actieve leefstijl haal je het maximale uit jezelf.”

is de grote boosdoener en de oorzaak voor veel leefstijl-gerelateerde aandoeningen zoals diabetes, hoofdpijn, burn-out en zelfs vroegtijdig overlijden.

Uniek en effectief

“Door als bedrijven, gemeenten, onderwijs, zorg, welzijn en sportaanbieders nauw samen te werken en mensen bewust te maken van de vele voordelen maar ook de gevolgen van overmatig zitgedrag, moet hier verandering in komen,” vervolgt Van Heel. “Het is wetenschappelijk aangetoond dat als mensen ieder dagdeel minimaal tien minuten bewegen, de algehele gezondheid met sprongen vooruit gaat. Iemand met een gezond beweegpatroon is in de regel creatiever, weerbaarder in geval van tegenslag en kan beter omgaan met stressvolle situaties.

Wij zijn er daarom stellig van overtuigd dat je door een actieve leefstijl het maximale uit jezelf kan halen. Beweging is een uniek en zeer effectief gezondheidsmedicijn dat een enorme impact kan hebben op onze leefkwaliteit. Beweging in groepsvorm is ook nog eens goed voor de sfeer en sociale betrokkenheid in ons land.”

Spin in het web

De ruim 1.800 fitnesscentra en het veelvoud aan lokale sportverenigingen die Nederland telt, zijn de spin in het web. “Zij vervullen een cruciale rol om mensen te motiveren en te begeleiden bij een actieve leefstijl. Fitnesscentra en sportverenigingen die meedoen aan dit initiatief krijgen informatie, middelen en programma’s aangereikt om in hun buurt uit te groeien tot het vertrekpunt van een leven lang plezier, groei, sport en beweging,” stelt Wouter Lagendijk. ■

OOK MEEDOEN?

Sportverenigingen, recreatiecentra, zwembaden, fitnesscentra maar ook bedrijven en organisaties die zich aan willen sluiten bij dit initiatief krijgen een startpakket. Dit bevat onder andere informatie, marketingmateriaal, een doe-boek en een inspiratiesessie met tips en ideeën om buurtbewoners, bedrijven, collega’s en vrienden en familie te motiveren om vaker te bewegen. Meer informatie is te vinden op www.vanbankzittertotopper.nl.

BEDRIJFSWAGENTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT



Meerdere keren per jaar treft u in Utrecht Business de Zakenautotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de laatste modellen aan een kritische test onderwerpen. In september is het weer zover. Dan zullen tijdens de Bedrijfswagentestdag de nieuwste bedrijfswagens door onze trouwe lezers worden uitgeprobeerd. We sluiten deze enerverende testdag af met een borrel, waarbij u kunt netwerken met dealers en andere ondernemers in uw regio.

Bent u op zoek naar een nieuwe bedrijfswagen en gevestigd in de regio Utrecht? Meld u dan nu aan voor onze autotestdag.

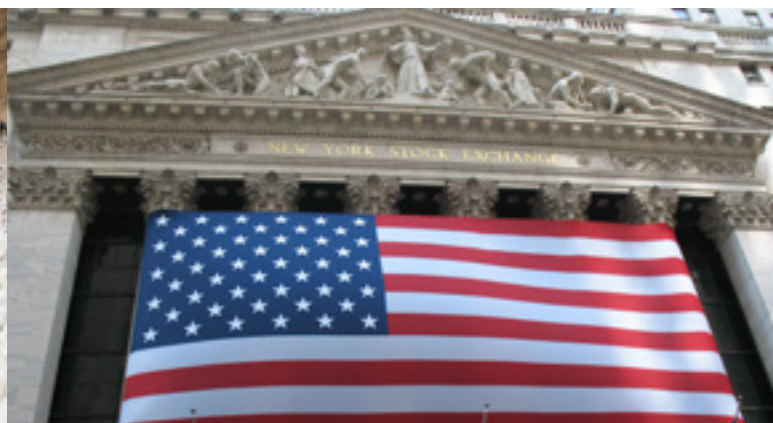
Surf naar www.utrechtbusiness.nl/bijeenkomsten en laat uw gegevens achter. Uiteraard is deelname geheel gratis en vrijblijvend. We selecteren onze testrijders op basis van aanmelding, dus wees er snel bij.

Wilt u als autodealer uw nieuwste modellen ter beschikking stellen aan onze testrijders? Of als stoplocatie meedoen aan deze dag? Neem dan contact op met Marie-Louise van Heeckeren (024-3738505) of Mirjam Buitendam (030-3020398) en vraag naar de mogelijkheden.

Tot ziens op de Bedrijfswagentestdag



www.utrechtbusiness.nl



Cultuur en zaken tijdens VNO-NCW Midden ledenreis

Toe aan nieuwe uitdagingen en aan ambitie en lef geen gebrek? Tijd om te exporteren! Voor veel ondernemers zijn internationale handel en zakenreizen dagelijks werk. De voorwaarden en condities waaronder dat gebeurt, moeten zo optimaal mogelijk zijn. VNO-NCW Midden werkt aan die condities. Het vergroten van de internationale concurrentiekracht van bedrijven en het bevorderen van buitenlandse handel en export staan hoog op de lobbyagenda. Aan de realisatie van de lobbydoelen werkt VNO-NCW Midden samen met bijvoorbeeld VNO-NCW in Den Haag en Brussel, met kennisinstellingen in de regio en op speciale basis ook met provincies.

Een mooie manier om kennis te maken met internationaal ondernemen is de jaarlijkse buitenlandreis van VNO-NCW Midden. Samen met vaste partner bureau Rientjes & Partners organiseren wij dit jaar een ledenreis naar IJsland en New York. Vijf dagen lang staan cultuur én zaken centraal. Een geweldige kans voor iedereen die exportmogelijkheden ziet en een nuttige en aangename tijd wil doorbrengen met collega-ondernemers. De ledenreis vindt plaats van 1 tot en met 6 oktober 2016 en heeft als thema “Water en Energie”.

Voorloper IJsland

Met deze reis willen wij u op een bijzondere wijze laten kennismaken met een van de andere speerpunten van onze vereniging, innovatie & duurzaamheid. Duurzame energie is voor veel ondernemers een belangrijk thema in de bedrijfsvoering, als producent of als gebruiker. In IJsland loopt men qua gebruik van duurzame energiebronnen voor

op Nederland. Tijdens de reis krijgt u een inzicht hoe men gebruik maakt van natuurlijke energiebronnen. Na IJsland vliegen we door naar “the city that never sleeps”, New York. We hopen daar, naast het inhoudelijke programma, ook een indruk te krijgen van de aanloop naar de presidentsverkiezingen.

Mooie mix

Het intensieve programma bestaat uit een mooie mix van culturele en zakelijke bezoeken, waaronder interessante bedrijfsbezoeken in verschillende sectoren binnen het thema “Water en Energie”. In IJsland maken we kennis met de geothermische energie en maken we de Golden Circle tour met onder andere een bezoek aan het Nationale Park Thingvellir, de beroemde Gullfoss en de bijzondere Geysir. Tijd voor ontspanning is er ook. In de Blue Lagoon, een natuurlijk zwembad met mineraalrijk geothermisch water kunnen we heerlijk dobberen. In New York

bezoeken we het Nederlands Consulaat voor een interactieve meeting met Nederlandse ondernemers die al langere tijd in New York actief zijn, zodat u kunt ervaren wat gaande is in het Amerikaanse bedrijfsleven. Daarnaast bezoeken we een bedrijf waarbij het thema “Water” centraal staat.

Informatie

Op www.vno-ncwmiddenledenreis.nl kunt u het programma in detail bekijken. Daar treft u ook meer informatie aan over de reissom en reisvoorwaarden, alsmede de mogelijkheid om u aan te melden voor deze exclusieve ledenreis naar IJsland en New York. Leden van VNO-NCW Midden hebben een persoonlijke uitnodiging voor de ledenreis ontvangen. Bent u geen lid maar heeft u belangstelling voor deze reis? Neem contact op met Martine Schuijjer van VNO-NCW Midden, 055-5222606 of mail naar info@vno-ncwmidden.nl. ■

Lachende gezichten

Rijgedrag en plezier zijn twee facetten die centraal stonden bij onze Green en Fun testdag, die eind juni plaatsvond. Dealers van verschillende merken stelden hun actuele modellen ter beschikking, ondernemers testten deze auto's en legden hun bevindingen vast. Er was weer sprake van een gevarieerde en verrassende automix, maar alle modellen hadden in ieder geval één ding gemeen: ze zorgen stuk voor stuk voor lachende gezichten. En dáár gaat het toch vooral om bij 'Green en Fun'!



Dealers:

- Stam Nefkens
- Ford Utrecht
- Porsche Centrum Leusden
- Autobedrijf Knoop
- Arval

Locaties:

- Hotel Landgoed Zonheuvel
- De Hoefslag





Deelnemers:

- Roland Delnoij
- Jeroen Mos
- Perry Kruin
- Edo Boonstra
- Sander van Straten
- Roelof Langius
- Jan Willem Menkveld
- Martin Meijers
- Rens Tanis
- Itje Verhagen

Testauto's:

- Opel Astra
- Mazda MX-5
- Ford C-Max Plug-In Hybrid
- Ford Mustang Fastback
- Opel Cascada
- Mercedes SLC 180
- Porsche Macan PDK



Ook testrijder worden?

Naast de Green en Fun testdag organiseert Utrecht Business bijvoorbeeld ook de inmiddels bekende Bedrijfswagentestdag. De volgende editie daarvan vindt plaats op dinsdag 27 september. Deze dag is een ideale gelegenheid om u te oriënteren op de aanschaf of lease van een nieuwe bedrijfswagen. Ook is het evenement een prima manier om in een ongedwongen sfeer andere ondernemers te ontmoeten en te netwerken. Ook testrijder worden? Kijk op www.utrechtbusiness.nl/autotestdagen.





“Eindelijk een Opel met een moderne uitstraling en stijlvol interieur.”



OPEL ASTRA

DEALER: STAM NEFKENS

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: DENNIS LEKKERKERKER

Sander van Straten: “Een super auto met een heerlijke wegligging. Deze Astra biedt voor een Duitse auto veel luxe en comfort. De navigatie is up-to-date en overzichtelijk. Een auto die zakelijk gezien binnen mijn budget valt en zowel privé als zakelijk een betrouwbare partner is.”

Edo Boonstra: “Deze Opel Astra is me goed bevallen. Hij heeft een fijn stabiel weggedrag, maar ik vond hem wel wat traag reageren op het gaspedaal. Aan het comfort heeft Opel veel aandacht besteed: een lekker rustig interieur met mooie goed ondersteunende multifunctionele stoelen met luchtkoeling. De navigatie is een zeer uitgebreid systeem met zelfs wifi support.”

Martin Meijers: “Een mooie complete auto met een lekker zitcomfort. De navigatie is eindeloos en laat je niet in de steek. Het parkeren is een fluitje van een cent met de parkeersensoren en achteruitrijcamera. De prijs is perfect voor deze complete comfortabele auto. Het is zonder meer een goede keus.”

Perry Kruijn: “Een zeer comfortabele, complete auto. Heeft lekkere sportstoelen met verwarming en koeling. De navigatie is goed en het geluidssysteem is van Apple carplay. Er zit zelfs wifi in de auto. Verder is de achteruitrijcamera top. Voor de prijs krijg je een zeer competitieve, ruime en comfortabele auto.”

SPECIFICATIES

Merk: Opel
 Model: Astra Sports Tourer
 Type: 1.4 Turbo 150pk Innovation
 Transmissie: Handgeschakeld
 Cilinderinhoud: 1398 cc
 Vermogen: 150 pk

Koppel: 110 Nm
 Verbruik: 1 op 19,6
 Acceleratie (0 tot 100): 8,9 sec.
 Topsnelheid: 215 km/h
 Uitrusting: Wifi, Apple CarPlay ondersteuning, Intellilink Navigatie Europa Navi900 incl. DAB+

Verkoopprijs: € 28.895,-
 Leaseprijs : € 540,-
 (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)
 Vanafprijs: € 22.295,-
 Informatie:



“De afwerking en het comfort zijn waar deze MX5 in uitblinkt.”



MAZDA MX5

DEALER: AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSEN BV
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: FRANK SLAGTER

Sander van Straten: “Een lekker pittige auto die voor een sportauto veel comfort biedt, vergelijkbaar met een gezinsauto. De navigatie functioneert zoals het hoort. De overige opties zoals o.a. een achteruitrijd-camera, zijn redelijk standaard. Deze goed ogende en sportieve auto is de prijs 100% waard.”

Jeroen Mos: “De afwerking en het comfort zijn waar deze MX5 in uitblinkt. Het is een sportieve roadster die veel beleving biedt. De auto is wel extreem laag. De navigatie en het geluid heb ik expres uitgezet om me te focussen op het rijgedrag. Ik was dan ook niet verrast door de prijs, waarvoor je een sportauto krijgt met veel vermogen. Echt een fun auto voor erbij.”

Arno Brunink: “Een echt lekkere rijdersauto die zeer direct reageert op het gaspedaal. Deze Mazda ziet er strak uit en biedt voldoende comfort. Alles wat nodig is, heeft deze MX5. De prijs is top en ik ben absoluut fan geworden van deze auto. Ik vond het de leukste auto bij de testdagen.”

Roland Delnoij: “Ik was positief verrast. De auto trekt goed op en reageert direct op het gaspedaal, zoals je van een sportauto mag verwachten. Het was wel even wennen aan de ligstand van de stoelen, maar als je eenmaal rijdt dan zit je lekker vast in de stoel. Kortom, voor de prijs een heerlijke sportieve auto voor twee personen (helaas voor de kids).”

SPECIFICATIES

Merk: Mazda
 Model: MX-5
 Type: Skyactiv-G 131 GT-M
 Transmissie: Handgeschakeld
 Cilinderinhoud: 1496 CC
 Vermogen: 131 pk

Koppel: 150 Nm
 Verbruik: 1 op 16,7
 Acceleratie (0 tot 100): 8,3 sec
 Topsnelheid: 204 km/h
 Uitrusting: BOSE® premium audio-systeem met 9 speakers, Smart Keyless Entry, Gun Metal velgen

Verkoopprijs: € 33.790,-
 Leaseprijs : € 599,-
 (full operational, obv. 30.000 p/jr
 4 jaar, excl. btw)
 Vanafprijs: € 29.790,-
 Meer informatie:
www.knoopweb.nl



Beleef de Hoefslag

het perfecte decor voor
(zakelijke) lunch, diner,
bijeenkomsten of besloten diners

de Hoefslag

symbiose van fine dining, bistro,
bar en conference

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



PUUR PORSCHE MAGAZINE

PUUR Porsche Magazine is het maandelijkse
lijfblad voor de Porsche liefhebber. Het staat
boordevol reportages over typen Porsches uit
heden en verleden, techniek, onderhoud, tuning,
interviews, races, evenementen en lifestyle.

Prijs: € 4,49 (winkelprijs € 5,95)

Beschikbaar als: iOS en Android

GREAT BRITISH CARS

Great British Cars is een onafhankelijk maga-
zine voor de liefhebber van Britse auto's en
verschijnt in Nederland en België. Het blad
staat boordevol reportages over alle Britse
merken en typen uit heden en verleden.

Prijs: € 4,99 (winkelprijs € 5,95)

Beschikbaar als: iOS en Android



VOLVODRIVE MAGAZINE

Volvodrive Magazine verschijnt zes maal per
jaar in Nederland en Vlaanderen en staat bom-
vol spraakmakende reportages en wetens-
waardigheden over Volvo.

Prijs: € 5,49 (winkelprijs € 6,95)

Beschikbaar als: iOS en Android

SPORT & FITNESS MAGAZINE

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

Prijs: € 4,49 (winkelprijs € 5,50)

Beschikbaar als: iOS en Android



STICHTING
LIVA
WE CARE

Stichting LIVA
www.stichtingliva.nl

magzine.nu

DE DIGITALE KIOSK





“Een nette ruime gezinswagen met een lekker zitcomfort.”



FORD C-MAX

DEALER: FORDSTORE - FORD UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: NICO VAN DEN BERG

Aart Hilhorst: “Een Ford van de nieuwste generatie die geen overbodige luxe heeft, maar wel compleet is. Ik vond dat deze C-Max wat tam presteerde, zeker voor een hybride. Het comfort is prima. De auto biedt voldoende ruimte voor een compleet gezin en voor de prijs krijg je een stille en ruime auto zonder veel opsmuk.”

Roelof Langius: “Een nette ruime gezinswagen met een lekker zitcomfort. Bij deze Ford klopt alles. De navigatie werkt goed, maar is niet up-to-date. Het instellen vergt wel wat geduld. Voor de rest werkt alles logisch, zoals de heldere achteruitrijcamera en de parkeersensoren. Voor een hybride auto een prima prijs.”

Roland Delnoij: “Deze Ford voelt als thuis komen. Ik rijd zelf privé een B-Max. De auto stelt me dan ook niet teleur. Hij rijdt lekker soepel, ook in de elektrische stand. Het comfort is goed, evenals de navigatie en achteruitrijcamera. Deze comfortabele gezinsauto is zijn geld zonder meer waard.”

Perry Kruin: “Een zeer representatieve auto met veel comfort en een bestuurdersstoel die prima elektrisch instelbaar is. Deze Ford biedt veel ruimte, zelfs achterin is het goed zitten. De prijs voor deze standaard uitvoering is prima. Meer heb ik niet nodig. Het groene karakter van deze auto trekt me wel aan. Jammer van de korte elektrische actieradius van 45 km.”



SPECIFICATIES

Merk: Ford
Model: C-Max Plug-In Hybride
Transmissie: automatisch
Cilinderinhoud: 1997 CC
Vermogen: 187 pk

Koppel: 320 Nm
Verbruik: 1 op 50 (in combinatie met elektromotor)
Topsnelheid: 164 km/h
Verkoopprijs: € 31.718

Vanafprijs: € 36.990,-
Informatie:
www.schakelautogroep.nl



“Een opvallende auto die over de hele linie veel comfort biedt.”



FORD MUSTANG

DEALER: FORDSTORE - FORD UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: DENNIS HEERES

Rens Tanis: “Een model met geschiedenis, dat excentriek is en gaaf rijdt. Ik verwachtte eigenlijk een logge Amerikaan, maar je kunt er verrassend rustig mee rijden en uiteraard ook met veel power. Wow! De auto is comfortabel en zit als een handschoen. De navigatie heeft een lekker groot scherm en de knoppen zijn logisch gerangschikt. Voor 57.000 euro heb je een echte originele sportauto met een gigantische motorkap en het typische Mustang motorgeluid.”

Edo Boonstra: “Een zalige sportwagen en het paradepaardje van Ford. Veel vermogen en toch heel comfortabel. De stoelen bieden goede ondersteuning. Het navigatiesysteem heeft een mooi helder groot

scherm en het motorgeluid wordt lekker versterkt binnenin. De hele vormgeving van de Mustang is uniek en fraai. Alle toeters en bellen zijn aanwezig. Prijstechnisch is het een zeer aantrekkelijke sportauto.”

Martin Meijers: “Zonder meer een opvallende auto die over de hele linie veel comfort biedt. Heerlijke stoelen en een overzichtelijk navigatiesysteem. De achteruitrijdcamera is geweldig, alle richtingen zijn goed waarneembaar. De prijs is goed te noemen voor deze sportieve Mustang. Echt een auto waarmee je kunt opvallen.”



SPECIFICATIES

Merk: Ford	Koppel: 434 Nm	Verkoopprijs: € 58.183
Model: Mustang Fastback	Verbruik: 1 op 12,5	Vanafprijs: € 52.800,-
Type: 2.3 Ecoboost	Acceleratie (0 tot 100): 5,8 sec.	Informatie:
Transmissie: 6-bak handgeschakeld	Topsnelheid: 232 km/h	www.schakelautogroep.nl
Cilinderinhoud: 2261 CC	Uitrusting: Speciale lak,	
Vermogen: 317 pk	Triple Yellow Tricoat, Custom Pack	



“Een leuke speelse cabrio die mooi is afgewerkt en prima zitcomfort biedt.”



OPEL CASCADA

DEALER: STAM NEFKENS OPEL
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: DENNIS LEKKERKERKER

Aart Hilhorst: “Ik heb deze Cascada ervaren als bijzonder soepel en comfortabel. Het zitcomfort mag er zijn en de stoelen zijn fraai afgewerkt, met zelfs een dubbel stiksel in het leer. Ook de ruimte achterin viel me niet tegen. Wat dat betreft de ruimste auto in zijn klasse. De navigatie is goed, alleen niet erg handig bedienbaar en zonder touchscreen. Het is een mooie uitvoering, die gezien zijn uitstraling en ruimte de aanschaf waard is. Maar dan wel liefst met een zwaardere motor.”

Jeroen Mos: “De ruimte, veiligheid en het comfort zijn bij deze Cascada dik in orde. Voor mijn lengte van 1.78 meter is het zitcomfort prima. Voor langere mensen zal het passen en meten worden. De blindspot in

deze auto is ideaal en zou verplicht moeten worden. De prijs is in vergelijking met de Golf Cabrio goed. Als ik zou moeten kiezen tussen een Golf of deze Opel, dan wordt het de Cascada, met name door zijn ruimte en uitvoering.”

Edo Boonstra: “Een leuke speelse cabrio die mooi is afgewerkt en prima zitcomfort biedt, met zijdelingse steun van de stoelen. De navigatie instellen kostte wel wat tijd, maar werkte verder goed. De prijs is wel stevig voor deze cabrio, maar voor de liefhebber een lekkere ruime auto.”

SPECIFICATIES

Merk: Opel
 Model: Cascada
 Type: 1.4 Turbo 140pk Innovation
 Transmissie: Handgeschakeld
 Cilinderinhoud: 1364
 Vermogen: 140 pk

Koppel: 103 Nm
 Verbruik: 15,9
 Acceleratie (0 tot 100): 10,9 sec.
 Topsnelheid: 207 km/h
 Uitrusting: Navi 950 IntelliLink
 Navigatie systeem, 18” Lichtmetalen velgen, Achteruitrijcamera

Verkoopprijs: € 38.750,-
 Leaseprijs: € 675,-
 (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)
 Vanafprijs: € 35.495,-
 Informatie:



“Het comfort is hoogstaand met veel mogelijkheden in de stoelen.”



MERCEDES SLC 180

DEALER: ARVAL

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: BEREND HOITINK

Roland Delnoij: “Een Mercedes met veel luxe, die bovendien goed is afgewerkt en als gegoten zit. Ik vond ‘m wel wat zwaar sturen. Voor de rest is het een Mercedes waar alles op en aan zit en die zijn prijs volledig waard is. Echt een auto om rustig mee te toeren. Iets voor als ik met pensioen ben.”

Ietje Verhagen: “Deze SLC heeft een stevige wegligging en is stabiel in de bochten. De auto schakelt strak en reageert snel als je het gaspedaal indrukt. Het comfort is hoogstaand met veel instellingsmogelijkheden in de stoelen. De verwarming in de nek is erg aangenaam. Het geluidssysteem was prima, ook bij het rijden met open dak. Een leuke auto voor de fun.”

Arno Brunink: “Een comfortabele cruiser die op alle fronten mooi is afgewerkt. Het comfort laat niets te wensen over, met een topventilatie en stoelen die als een maatpak zitten. De navigatie is zeer goed en duidelijk. Ik vind de prijs voor deze Mercedes wel hoog, maar als ik een auto zou willen die lekker kan cruisen, dan werd het deze.”

Jeroen Mos: “De afwerking en het comfort zijn waar deze Mercedes in uitblinkt, met stoelen die naar persoonlijke wensen instelbaar zijn. Het geluid en de navigatie heb ik niet uitgeprobeerd. Ik wilde zoveel mogelijk genieten van deze comfortabele SLC. De auto krijgt van mij een dikke 8.”

SPECIFICATIES

Merk: Mercedes-Benz

Model: SLC 180

Type: Line AMG

Transmissie: 6 versnellingen, handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1595 cc

Vermogen: 156 pk

Koppel: 250 Nm / 1.200-4.000 rpm

Verbruik: 1 op 17,9

Acceleratie (0 tot 100): 7,9 sec.

Topsnelheid: 226 km/u

Uitrusting: metallic lak,

18 Inch lichtmetalen velgen,

leder, stoel en nek verwarming

Verkoopprijs: € 66.754,-

Leaseprijs : vanaf 630 euro

p/maand ex brandstof ex btw.

Bij 10.000km pj/60 maanden.

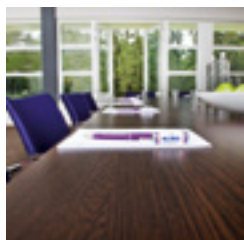
Vanafprijs: € 40.995,-

Informatie: www.arval.nl

nice to meet!

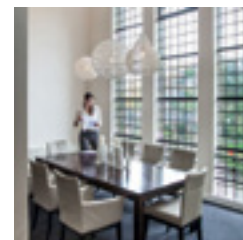
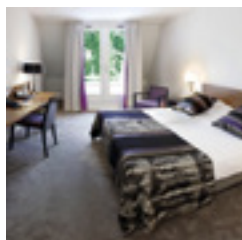
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

WoudschotenHotel & Conferentiecentrum in Zeist is centraal gelegen op een bosrijk eigen landgoed van 45 hectare. Uitstekend geschikt voor één- en meerdaagse bijeenkomsten als trainingslocatie, om te vergaderen en voor Business Events.



Korting op onze arrangementen?

Kijk op woudschoten.nl voor de actuele kortingskalender



Woudenbergsesweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

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

ARVAL BEDRIJFSWAGENS



DE SLIMSTE DEALS VOOR HET MKB

- ✓ De juiste bedrijfswagen voor uw klus
- ✓ De beste deal
- ✓ Altijd op weg

Bedrijfswagens vergen een andere benadering dan personenauto's. De voertuigspecificaties zijn complexer, wet- en regelgeving is anders en het onderhoud aan bedrijfswagens vereist

een specialistisch netwerk. Met Arval Bedrijfswagens bent u verzekerd van vakkundig advies en de beste dienstverlening. Zo zijn uw bedrijfswagens altijd op weg.



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

Bent u benieuwd wat Arval voor uw bedrijfswagenpark kan betekenen? Onze bedrijfswagenspecialist komt graag bij u langs!
WWW.ARVAL.NL/BEDRIJFSWAGENS

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



18X

Porsche Scene Live voor maar
€60,-

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

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

www.porsche-scene.nl



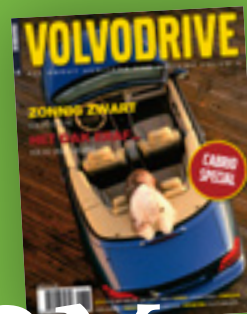
12X

Great British Cars voor maar
€45,-

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

Great British Cars is een onafhankelijk
magazine voor de liefhebber van Engelse
auto's. Wil je een jaar lang elke twee maan-
den 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 daar-
bij 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 ont-
vangen en ook nog eens 6 reeds verschenen
edities cadeau krijgen, ga dan naar www.volvodrivemagazine.nl, vraag een abonne-
ment aan en vul daarbij achter je naam de
actiecode 12XVD in.

www.volvodrivemagazine.nl



“Een auto met een geweldig sportief rijgedrag en stoer geluid.”



PORSCHE MACAN

DEALER: PORSCHE CENTRUM LEUSDEN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: MARK VAN LEIJDEN

Aart Hilhorst: “Echt een zakelijke, robuuste en representatieve auto met verrassende rijprestaties. Het comfort mag er zijn. De auto heeft een lekkere hoge zit, met stoelen die prima verstelbaar zijn. Voor de navigatie beschikt deze Porsche over een groot en helder beeldscherm, met zelfs Google Earth functie. Gezien alle opties mag deze Macan wel wat kosten. Maar dan rijd je wel Porsche en heb je een ruime auto waarin het heel fijn is om sportieve uitstapjes te maken en die ook voldoende potentie heeft als trekker van zware aanhangers.”

Rens Tanis: “De afwerking is echt Duits. Met een geweldige ergonomische afwerking, zoals de grote praktische bedieningsknoppen. Het rijden met deze Macan vergt wel

gewenning, gezien alle schakelopties. Deze Porsche geeft je een cockpitgevoel. Voor de rest is het een ruime auto met veel comfort en stoelen met een goed zijdelingse steun. Subliem is het klokje in de middenconsole. Voor een fan zoals ik biedt deze Macan alles wat mijn hartje begeert: emotie en Duitse kwaliteit die zijn prijs volledig waard is.”

Sander van Straten: “Een super heerlijke auto, met een top comfort en navigatie met een groot helder en duidelijk scherm. Vergelijkbaar met HD. De prijs is fors, maar wel in overeenstemming met de uitvoering. Een heerlijke gave auto die ik iedereen kan aanbevelen.”



SPECIFICATIES

Merk: Porsche
 Model: Macan PDK
 Transmissie:
 7-traps PDK
 Cilinderinhoud: 2000 cc
 Vermogen: 252 pk

Koppel: 370 Nm
 Verbruik: 1 op 16,1
 Acceleratie (0 tot 100): 6,7 sec.
 Topsnelheid: 229 km/u
 Uitrusting (speciale opties):
 O.a. Mobile Online Service,
 PASM incl. luchtvering

Verkoopprijs: € 95.292,00
 Leaseprijs: € 1149,-
 (full operational, obv. 30.000 p/jr,
 4 jaar, excl. btw)
 Vanafprijs: € 69.400,-
 Informatie:
www.porschecentrumleusden.nl

BUSINESS FLITSEN

UTRECHTSE GEMEENTEN SAMEN NOG STERKER

Inwoners van de regio Utrecht ervaren een hoge *quality of life* door het grote aantal banen, een breed scala aan culturele voorzieningen, historische binnensteden, een ruim winkelaanbod en vele recreatiemogelijkheden. 80.000 studenten en afgestudeerden van alle onderwijsniveaus zorgen voor een groot aanbod van talent. De aantrekkelijke combinatie van grootstedelijke en landelijke voorzieningen in een compacte ruimte maken de regio economisch sterk. Utrecht is door de EU zelfs uitgeroepen tot meest competitieve regio van Europa.

Om deze positie te behouden en te versterken, formuleren tien regionale gemeenten gezamenlijk een ruimtelijk-economische koers. Ook trekken zij op steeds meer gebieden samen op. Goed voorbeeld is de gemeenschappelijke deelname aan de toon-



aangevende vastgoedbeurs PROVADA, voor het derde jaar in successie. Naar aanleiding van deze beursdeelname brachten de tien gemeenten een Regio Utrecht Magazine uit. Deze uitgave geeft inzicht in actuele ontwikkelingen op het gebied van onder meer herontwikkeling, duurzame verstedelijking en smart cities. De eerste editie van het Regio Utrecht Magazine werd bij de opening van de PROVADA op 7 juni geïntroduceerd.

NIEUWE TOPLOCATIE VOOR KENNIS EN BEDRIJVGHEID

Naast het Utrecht Science Park krijgt de regio met het Science Park Bilthoven een tweede toplocatie waar kennis en bedrijvigheid elkaar versterken. Op 11 mei hebben Bilthoven Biologicals, onderdeel van de Indiase Poonawalla Group, de gemeente De Bilt, provincie Utrecht en Stichting Utrecht Science Park een intentieverklaring ondertekend om samen te werken op het gebied van Life Sciences & Health. Bilthoven Biologicals is sinds 2014 eigenaar van het huidige Science Park Bilthoven (destijds het Antonie van Leeuwenhoekterrein) waar nu ook nog het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) is gevestigd. Dit instituut vertrekt in 2018 naar het Utrecht Science Park.

Bilthoven Biologicals wil het park verder uitbreiden met onderzoek, productontwikkeling en productieactiviteiten. Het Utrecht Science Park en Science Park Bilthoven gaan samenwerken op het gebied van marketing en acquisitie volgens een satellietmodel met twee locaties. Tot genoegen van Burgemeester Arjen Gerritsen (De Bilt): "Met deze ondertekening zetten we een nieuwe stap in een heel mooie ontwikkeling in de regio en daarbuiten. Twee locaties die elkaar zo kunnen versterken, worden nóg hechter met elkaar verbonden. Dat past prachtig binnen het streven om van Utrecht Oost een internationale topregio te maken op het gebied van life sciences en health."



Burgemeester Arjen Gerritsen van De Bilt ondertekent de intentieverklaring (Foto Wilma Witkamp).

ADVERTEERDERSINDEX

naam	pagina
Arval	47
BAL Media	48
Bison Offices	2
Carlton President	31
Citocom	11
FordStore	42
De Hoefslag	42
Juliana	30
Kontakt der Continenten	31
Oud London	30
Van den Pol	38
Porsche Centrum Leusden	48
UniePlaza	31
Vineyard	30
't Wapen van Bunnik	31
't Wapen van Haarzuylen	31
Woudschoten	9, 31

Utrecht Business 4 verschijnt op

16 september. Hierin onder meer een focus op marketing & communicatie en logistiek. Plus aandacht voor de economische ontwikkelingen in Vianen.

Voor meer informatie

www.utrechtbusiness.nl

RETHINK

FORD C-MAX
VANAF **21.995**
LEASE
VANAF **399** PER
MND
FINANCIAL LEASE V.A. 0% RENTE
21% bijtelling



ONTDEK INLADEN MET 1 VOETBEWEGING

DE FORD C-MAX IS EEN **PERFECTE COMBINATIE VAN RUIMTE EN HANDIGE TECHNOLOGIE**. STAAT U BIJVOORBEELD MET UW HANDEN VOL BOODSCHAPPEN, DAN VOLSTAAT **EEN VOETBEWEGING** ONDER DE BUMPER OM DE ACHTERKLEP TE OPENEN. NIEUW: C-MAX LEASE EDITIONS, **RIANT UITGERUST** MET O.A. NAVIGATIE EN BLUETOOTH.

Prijen in euro's, incl. BTW/BPM, excl. kosten rijbewijs maken en verwijding/bijdrage, tenzij anders aangegeven. Wijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en voorwaarden ford.nl/verkoopvoorwaarden. Afgebeelde auto kan afwijken van standaardspecificaties. Gemiddeld brandstofverbruik en CO₂-uitstoot: km/liter: 5,38 - 5,65 liter/100 km: 5,1 - 6,5 CO₂: g/km: 117 - 149



FORD UTRECHT

schakelautogroep.nl

Met vestigingen in Leidsche Rijn (FordStore), Utrecht, Nieuwegein, Woerden, Schoonhoven, Krimpen a/d IJssel & Schiedam/Vlaardingen



www.porschecentrumleusden.nl/macan

Hoge hartslag.

De nieuwe Porsche Macan.

Soms zien we contouren die eruit springen. Omdat ze inspireren en onze hartslag verhogen.

De unieke vormtaal van een sportwagen. Het Porsche DNA.

De nieuwe Macan met zijn 2,0 liter viercilinder turbomotor. Geschikt voor het dagelijkse leven, maar nooit alledaags. Binnenkort in onze showroom vanaf € 69.400,-.



PORSCHE

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