



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 32 | NUMMER 4 | SEPTEMBER 2016

BUSINESS®



Makro nieuwe stijl: alle ruimte
aan lokaal ondernemen!

**Veel vers, lokaal biologisch
en (net)werkfaciliteiten
voor ondernemers**

Met zorg innoveren

Regio kansrijk als
nationale hub

Participatiewet en WWB
maatregelen: een overzicht

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

VOORWOORD



Aangenaam

Voor trouwe lezers van *Utrecht Business* zal het bij het openslaan van deze pagina's misschien even schrikken zijn; een andere foto bij het voorwoord.....waar is het vertrouwde hoofd van Hans Hajée gebleven? Een legitieme vraag, aangezien Hans al meer dan 25 jaar als uitgever – en de laatste drie jaar als hoofdredacteur – verbonden was aan dit magazine. Welnu, ik kan u vanaf deze plek zeggen: wees gerust. De kennis en kunde van Hans zijn behouden gebleven voor *Utrecht Business* – zij het in een iets andere rol – en daar ben ik blij mee. In zijn laatste voorwoord gaf Hans op deze pagina al aan met genoeg als redacteur betrokken te blijven bij dit oudste en nog steeds toonaangevende zakenmagazine van de regio Utrecht en ook dáár ben ik blij mee. Als niet-Utrechter (mijn roots liggen in Nijmegen) dien ik me namelijk nog flink in te lezen (en leven) in de typische kenmerken van de regio, de netwerken die er zijn en de zakelijke mogelijkheden de stad en haar omgeving te bieden hebben. Ik kan u nu al zeggen: dat zou zonder Hans (in mijn ogen dé kennisbank op dit gebied) een stuk langer duren.

Dat inlezen is met het vervaardigen van deze editie van *Utrecht Business* overigens al meer dan behoorlijk begonnen. Er komt in deze uitgave namelijk nogal wat voorbij. Algemene zaken die voor u als ondernemer van belang zijn (de participatiewet, de veranderende aanbestedingswet en innovatiemogelijkheden in de zorg bijvoorbeeld), maar ook zaken die meer specifiek betrekking hebben op de regio. De opmars die Midden-Nederland (Utrecht, Nieuwegein en Vianen) maakt op de ranglijst van logistieke hotspots in Nederland, die het vakblad *Logistiek* jaarlijks opstelt. *Nieuwsblad Transport* constateerde vorig jaar al dat Utrecht in elk geval alles in zich heeft wat een logistieke hotspot nodig heeft. Een centrale ligging en de infrastructuur van zowel wegen, water (Port of Utrecht op Lage Weide) als spoor, met Schiphol op geringe afstand. Dat biedt de regio nogal wat kansen, die tot dusverre – zo stellen de hoge heren – nog niet optimaal benut worden. Op dat gebied valt dus wat te winnen en op pagina 32 en verder is te lezen dat de bouw van een nieuw Prologis distributiecentrum van 32.000 m² op Het Klooster een flinke stap in die richting is. Of zoals Johan Gadella (wethouder Economische Zaken in Nieuwegein) stelt: "Het is illustratief voor een trend die wij al eerder zagen dat steeds meer bedrijven, retailers en e-tailers ervoor kiezen om hun nationale distributie vanuit onze regio te organiseren." Iets zegt me derhalve dat dit niet het laatste verhaal is dat we in *Utrecht Business* aan dit onderwerp gaan wijden en die bevinding kan de komende jaren wel eens een heel positieve lading krijgen.

Teun van Thiel
teun@utrechtbusiness.nl



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 32
september 2016, editie 4

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
Teun van Thiel

REDACTIEMEDEWERKERS
Hans Hajée • William ten Brink • Peter Camp • Paul de Gram • Stan Keyzer • Cees Louwers • , Mart Rienstra • Jason van de Veltmaete onder Holten • Anka van Voorthuijsen • 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
Advertentierieven 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** Makro nieuwe stijl: alle ruimte aan lokaal ondernemen!
- 8** Evenementenlocatie EVM19: spectaculaire inspiratiebron
- 12** Participatiewet en de WWB maatregelen: een overzicht
- 14** UW zorgt voor de juiste match: "Koudwatervrees is nergens voor nodig"
- 16** Met zorg innoveren
- 20** Toptalent voor het mkb
- 21** Inspiratie, informatie en invloed op de lobby
- 22** Literatuur
- 23** Vuelta naar Utrecht: Logisch
- 28** Gewijzigde Aanbestedingswet biedt kansen voor het mkb
- 31** Loonkosten jongeren nemen toe
- 32** Regio kansrijk als nationale hub
- 34** Value added logistics: ontzorgen met de menselijke maat
- 36** Vooruit dankzij Ondernemerskracht en Creativiteit
- 41** Verweij Elektrotechniek: partner in duurzaam innoveren
- 42** UCK: spil in Utrechtse communicatiebranche
- 44** Hoe reviews bijdragen aan je online reputatiemanagement
- 49** Podium: de kracht van heldere en eerlijke communicatie
- 50** LeaseMotive: lease voor ondernemend Nederland

Mooie nieuwe producten, ontmoetingsfaciliteiten en nieuwe samenwerkingen met onder andere Local2Local en OCMN, Ondernemers Conferenties Midden-Nederland, maken dat Makro lokaal ondernemen stimuleert en faciliteert.



Aan outdoor-evenementenlocaties ontbreekt het Nederland zeker niet, maar wat we op het Eiland van Maurik bij EVM19 aantreffen, dat vormt een verhaal apart.



Over de aanpassingen aan de Participatiewet is al veel gezegd en geschreven, maar Movisie zet de wijzigingen voor Utrecht Business nog één keer op een rijtje.



De Participatiewet en het sociaal akkoord hebben als doel, meer werk te creëren voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. UW kan daarbij helpen bij het zoeken van de juiste match tussen werkgever en -nemer.



Mensen moeten zo lang mogelijk vitaal thuis kunnen blijven wonen en meer regie hebben over hun eigen gezondheid. Hiervoor zijn innovatieve oplossingen noodzakelijk. Een maatschappelijke uitdaging met aanzienlijke kansen voor het bedrijfsleven.



Nederland neemt op het gebied van logistiek en distributie wereldwijd een prominente positie in. Heeft Midden-Nederland de potentie om zich te ontwikkelen tot vierde logistieke hotspot?



Logistieke bedrijven onderscheiden zich met value added logistics; brede dienstverlening, per klant op maat ingericht. De activiteiten van het Montfoortse Today's Logistics voor StyleShoots zijn illustratief voor deze trend.



Techniek wordt alsmear belangrijker, ook als het gaat om renovatie en verduurzaming. Als specialist is die ontwikkeling Verweij Elektrotechniek op het lijf geschreven.

Makro nieuwe stijl: alle ruimte aan lokaal ondernemen!

Veel vers, lokaal biologisch en (net) werkfaciliteiten voor ondernemers

Op 28 september opent Makro Nieuwegein de deuren van 'Makro nieuwe stijl'. De complete winkel is gestript en wordt volledig voorzien van een nieuw interieur. Maar daar blijft het niet bij, want Makro gooit het roer om. Er zijn hele nieuwe concepten tot stand gekomen waar vooral lokale ondernemers, al dan niet in de horecasector, profijt van hebben. Mooie nieuwe producten, ontmoetingsfaciliteiten en nieuwe samenwerkingen met onder andere Local2Local en OCMN, Ondernemers Conferenties Midden-Nederland, maken dat Makro lokaal ondernemen stimuleert en faciliteert.



Een bezoek aan de Makro is een beleving. Dat betekent dat er veel aandacht is besteed aan sfeer. Actief wordt ingezet op de continue inspiratie van bezoekers. Kasper te Braak, vestigingsmanager: “We bieden met het nieuwe concept als het ware een marktplaats voor kleine en zelfstandig ondernemers waar ontmoeten, ontwikkelen en ontdekken centraal staan. Dat betekent dat er een Netwerplein en een Foodcourt zijn, waar ondernemers elkaar kunnen ontmoeten om te lunchen, dineren, netwerken en werken. Tevens zijn er vergaderruimten, waar men naar wens gebruik van kan maken.”

Lokale ondernemers faciliteren
Het Foodcourt voorziet ondernemers in een lunch of diner gemaakt met producten uit de winkel. Alleen een kopje koffie kan natuurlijk ook. Te Braak: “Bij de ontwikkeling van het concept hebben we rekening gehouden met de sfeer die uitgestraald moet worden. Het gaat er ten slotte om dat ondernemers zich prettig voelen. Het Netwerplein heeft tot doel onder-

nemers te faciliteren met een flexplek met gratis WiFi, die zonder Makropas toegankelijk is. Makro zet niet alleen in op ontmoeten. Door middel van trainingen en workshops kunnen ondernemers zich verder ontwikkelen en hun (praktijk)kennis verruimen. De vergaderruimten zijn via Seats2meet te reserveren.”

Voor ondernemers door ondernemers

Enthousiaste oprichters van OCMN, Peter Klink en Karen Bos geloven in dit nieuwe ondernemen. Door zelf als netwerkorganisatie te fungeren, is een partnership ontstaan met Makro. Bos: “De missie, visie en speerpunten die wij hebben, komen overeen met die van Makro. De verbindende schakel tussen OCMN en Makro is helder volgens Klink: “Bij ons komen ondernemers die Makro graag over de vloer ziet komen. Te Braak: “Doordat onze ambities overeenkomen, vinden we elkaar al bij de basis. Dat betekent dat Makro prachtig kan faciliteren met het nieuwe Netwerplein waar onder-

nemers ontmoeten, werken en netwerken. Eventueel in aansluiting op de maandelijkse OCMN vrijdagochtendbijeenkomsten of bij een specifieke themabijeenkomst. We kunnen elkaar dus versterken. Zeker als we samen optrekken bij activiteiten. Dan verbinden we ondernemers met elkaar, die normaal gesproken niet met elkaar in contact zouden zijn gekomen.”

Veel en lokaal biologisch vers

Wat het nieuwe Makro-concept nog interessanter maakt, is dat de versafdelingen enorm zijn uitgebreid. Elke afdeling heeft een eigen sfeer en vormt een soort shop-in-shop waar je terecht kunt voor vers gebakken brood, maar liefst zeventig soorten verse vis, geproportioneerd vlees, kaas en groenten en fruit. Het liefst zoveel mogelijk biologisch en afkomstig van lokale bedrijven. Te Braak: “Hiervoor zijn we een partnership aangegaan met Local2Local. Een coöperatie die alleen bedrijven vertegenwoordigt die eerlijke biologische streekproducten op de markt brengen.”

Van links naar rechts: OCMN: Peter Klink (EHBOdoos.nl) en Karen Bos (Dubois Organizing), Makro: Kasper te Braak, Local2Local: Mark Frederiks (Amped)



Circulaire economie op Makro-niveau

Mark Frederiks van Local2Local: “We zetten ons in voor verbonden handelen. Hierbij staat het community-denken centraal. Het verhaal achter producten wordt ook steeds belangrijker. Waar komt mijn appel of worst vandaan? Dan wordt de appel het transportmiddel van het verhaal. Een verhaal dat Makro-klianten vervolgens aan de eigen klantenkring kunnen overbrengen, ondersteund met een bezoek aan de teler of een workshop. Zo worden consument en producent aan elkaar verbonden, gaat een product écht leven en is de cirkel rond.”

Lokaal assortiment binnen handbereik

Local2Local bestaat nu drie jaar en heeft een online assortiment van ruim 500 boerenproducten. Deze producten worden, mede afhankelijk van het seizoen, opgenomen in het versassortiment van Makro. Te Braak: “Daarmee bieden we klanten zuivere producten en ondersteunen we tegelijk het boerenbedrijf en de lokale economie.”

Netwerken bij elkaar brengen

Makro gaat events organiseren en er kunnen events georganiseerd worden bij Makro. “Maar alleen vanuit authenticiteit”, zegt Te Braak. “We kiezen niet voor slimme ver-

kooptrucjes via de kanalen van anderen. Het gaat om partnerships met oog voor wat oorspronkelijk en echt is. Pas dan is het geloofwaardig.” Zo ook met OCMN. Bos: “We zien kansen in het samen verbinden. Door een thema te kiezen dat zowel onze ondernemers aanspreekt als die van Makro, worden bijeenkomsten voor ondernemers interessanter en creëer je voor beide netwerken nieuwe kansen op samenwerking en business.”

Ook kan gezamenlijk een problematiek aangepakt worden. Frederiks: “Door horecaondernemers en producenten bij elkaar te brengen op het nieuwe Makro Netwerklein zou een oplossing gevonden kunnen worden voor de vierkantsverwaarding van runderen. We streven met Makro het ‘no waste’-principe na.” Te Braak sluit hierop aan: “Als Makro zien we het belang van zuinig zijn op je omgeving en gebruik maken van het lokale aanbod, waardoor we een nog beter versgericht assortiment kunnen aanbieden. Vanzelfsprekend staan er vakspecialisten klaar om hun uitgebreide productkennis te delen en klanten optimaal te adviseren.”

Alle partijen aan tafel bruisen van de ideeën. Klink: “Je kunt ook denken aan een event bij een van de boeren bij Local2Local, waarbij onze 3 netwerken elkaar ontmoeten. Zo wer-

ken we dan samen aan een stukje bewustwording over eerlijke producten, kennisverrijking en opnieuw kansen voor nieuwe business.”

Ambitie

Frederiks: “Wij geloven dat door samenwerking en een andere kijk op de markt er modellen ontstaan die antwoord kunnen geven op de uitdagingen op economisch, ecologisch en maatschappelijk vlak. Duurzaam ondernemen gaat ook om financiële duurzaamheid. Hoe blijft je bedrijf gezond en toekomstbestendig, maar op een verantwoorde manier.” Alle partijen zien hiervan de noodzaak, zijn enthousiast en geloven in het succes van het nieuwe Makro-concept. Makro Nieuwegein is de eerste vestiging die dit binnen Makro Nederland zo aanpakt. Frederiks vervolgt: “Als het concept werkt, dan heeft Makro Nieuwegein tools in handen om als voorbeeldlocatie te fungeren.”

Kom 28 september sfeerproeven

28 september om 10.30 uur vindt de spectaculaire opening plaats in Nieuwegein. Te Braak: “Iedere lezer is van harte uitgenodigd om de nieuwe sfeer te komen proeven en kennis te maken met de nieuwe mogelijkheden.” ■



Evenementenlocatie EVM19 biedt uitzonderlijke veelzijdigheid aan activiteiten

Spectaculaire inspiratiebron

Aan outdoor-evenementenlocaties ontbreekt het Nederland zeker niet, maar wat we op het Eiland van Maurik bij EVM19 aantreffen, dat vormt een verhaal apart. Het kost de beheerders Edward en Karin Poelman alleen al een kwartier om een bloemlezing te geven van de belangrijkste activiteiten en dan moet de rondleiding nog beginnen.

TEKST [AART VAN DER HAAGEN](#) FOTOGRAFIE [AART VAN DER HAAGEN, EVM19](#)

Google vermeldt desgevraagd volop adressen om watersportactiviteiten te bedrijven, locaties die offroadspektakel faciliteren, outdoor-centra waar je aan teambuilding werkt en plekken waar je bedrijfspresentaties, bijeenkomsten en feesten kunt houden, maar dat alles op één terrein tref je eigenlijk nergens anders op grote schaal aan dan op het uiterste puntje van het Eiland van Maurik, centraal in den lande gelegen. Gerekend met het huisnummer laat het zich raden waar de naam EVM19 vandaan komt. De omvang, maar ook de landelijke bekendheid van de locatie mag des te opmerkelijker heten als je bedenkt dat zij pas vijftien jaar bestaat, destijds geïnitieerd vanuit de horecafamilie Van der Valk. “Het begon als een uit de hand gelopen hobby, de invulling van een passie voor snelle gemoto-

riseerde activiteiten als motorcrossen, quadrijden, jetskiën en speedbootvaren,” vertelt Edward Poelman. “Op een gegeven moment rolden er aanvragen van buitenaf binnen om hier een feest of iets anders te organiseren en zo ging het balletje rollen.”

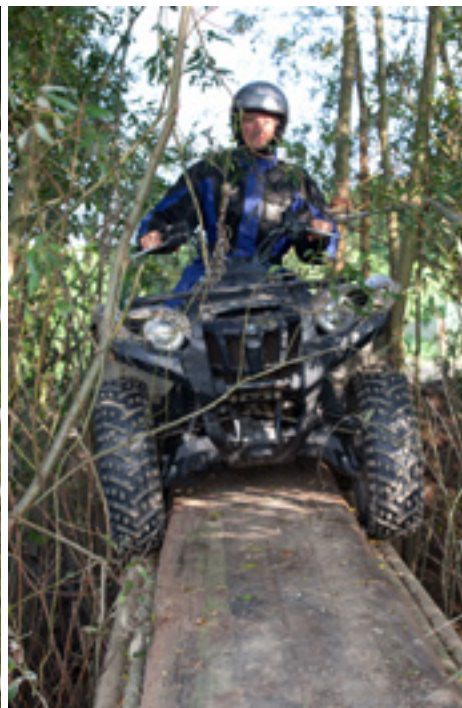
Keurslagerij

Wetende dat Edward en Karin Poelman in Tiel een Keurslagerij runden sla je niet zo één, twee, drie een brug naar een evenementenlocatie. “We speelden hier de laatste twee jaar een belangrijke rol in de catering,” verklaart laatstgenoemde. “In de tweede helft van 2015 gaf de bedrijfsleider bij ons aan dat de familie Van der Valk een overnamekandidaat voor EVM19 zocht en vroeg ons hoe wij daar tegenover stonden. Enkele

maanden later belde de eigenaresse om onze belangstelling te peilen en daaruit volgden positieve gesprekken, met als resultaat dat wij hier per 1 maart jongstleden aan de slag gingen.” Rustig in het ritme komen was niet aan de orde, want het recreatieseizoen stond voor de deur en het terrein, de bebouwing en de roerende goederen vergden aardig wat onderhoud. “Van der Valk wilde zich meer op zijn core business gaan toeleggen en kon daardoor steeds minder prioriteit aan EVM19 geven, waarin we meteen de reden van overdracht vinden. Kortom, wij moesten heel snel schakelen,” licht Karin Poelman toe.

250 pk

EVM19 richt zich in toenemende mate op particulieren, maar al van oudsher speciaal op



het bedrijfsleven en de publieke sector. Het profileert zich met een ontzaglijk uitgebreid programma van activiteiten in het water en op het droge. In de eerste categorie vallen bijvoorbeeld jetskiën en meevaren met een bloedsnelle 'rib', een opblaasbare boot met een vast plateau en een loeisterke motor van 250 pk, die hem in staat stelt met 90 km/h over de afgesneden rivierarm van de Nederrijn te blazen. "Geloof me, dat biedt een weergaloze sensatie," zegt Edward Poelman. "Afhankelijk van het type boot houden de passagiers zich staand vast aan hekken of is er een soort van paardrijzit. Het ding maakt zulke golven, dat onder sommige omstandigheden de motor met schroef af en toe boven het water uitkomt. Je weet niet wat je meemaakt."

Gecertificeerde instructeurs

Het twaalf hectare grote offroadparcours biedt spectaculaire activiteiten over land, zoals 4x4-, quad- en endurorijden, zonder dat dit laatste een motorrijbewijs vergt. Edward Poelman: "Vanzelfsprekend waken we wel in alle opzichten over de veiligheid, dus dragen de deelnemers speciale schoenen, een beschermend pak en een valhelm. Bij het jetskiën krijgen ze bodyprotection in de vorm van een wetsuit met een reddingsvest, een dodemanskoord en uiteraard ook een helm. We werken uitsluitend met gecertificeerde instructeurs en leven ons bovendien heel goed

in de doelgroep in. Tijdens een vrijgezellenfeest wil iedereen helemaal losgaan en moeten we de boel strakker houden, terwijl deelnemers aan een bedrijfsuitje er vaak voorzichtiger in staan. We realiseren ons daarbij terdege dat de ondernemer de dag erna niet met een hoog ziekteverzuim geconfronteerd wil worden.

Dakar-trucks

Over het bedrijfsleven gesproken: EVM is nadrukkelijk ingericht op een combinatie van stoere activiteiten en vergaderingen, productpresentaties, seminars etcetera. "We beschikken over een middelgrote ruimte die tot honderd man kan huisvesten en een grote, opdeelbare zaal waarin ruim tweehonderd mensen passen, beide voorzien van geluidsapparatuur en een beamer. Het spreekt welhaast voor zich dat onze zakelijke klanten dit combineren met een spectaculaire activiteit of een enerverende, inspirerende vorm van teambuilding. Denk aan dingen als vloten of bruggen bouwen of deelnemen aan construction games: van bamboe een stellage bouwen, een wigwam in elkaar zetten etcetera. Boogschieten, een obstacle run, touwbruggen, een indianenbrug, bubblevoetbal (waarbij leden van een groep allemaal in een grote bal kruipen, red.), je vindt het hier allemaal. Regelmatig huren klanten onze locatie of een deel ervan af, vorige week bijvoorbeeld voor een test met Dakar-trucks. We werken

samen met een groot netwerk van partners om een oneindig pakket van mogelijkheden te realiseren. Een diner, een deejay, live muziek, het kan allemaal." Karin Poelman: "Eén keer per jaar vindt hier de Mud & Water Challenge plaats, die de laatste keer zo'n 1700 man trok."

Vergroening

De familie Poelman heeft inmiddels uitstekend haar draai gevonden binnen EVM19 en kan daarbij terugvallen op vijf vaste medewerkers plus meer dan honderd oproepkrachten. Stilzitten komt geen moment voor, want naast de arbeidsintensieve onderhoudswerkzaamheden die zo'n locatie verlangt moet je in deze business vooral blijven vernieuwen. "We volgen trends in de markt, maar innoveren zelf ook," zegt Karin Poelman. Edward: "Daarbij besteden we steeds meer aandacht aan vergroening, wat vanuit de optiek van maatschappelijk verantwoord ondernemen door onze zakelijke klanten erg gewaardeerd wordt. Zo willen we iets gaan doen met elektrisch aangedreven motoren, waarvoor we op dit moment nog een partner zoeken. Ook voor andere samenwerkingen staan we altijd open, zeker als dat ideeën aan ons programma toevoegt. In 2017 willen we sowieso iets heel nieuws lanceren, maar dat houden we nog even onder de pet totdat het definitief is." ■

Meer informatie: www.eilandvanmaurik19.nl

BUSINESS FLITSEN

STAM OPEL EN NEFKENS OPEL SAMEN VERDER ALS HENRI & HERMAN

Stam Opel en Nefkens Opel zijn samen verder gegaan onder de nieuwe naam Henri & Herman. Medio vorig jaar fuseerden de twee Opel-dealerbedrijven met vier vestigingen al, om samen uit te groeien tot dé Opel-dealergroep in de provincie Utrecht. Nu staat de lancering van de nieuwe naam Henri & Herman symbool voor een compleet nieuwe, gezamenlijke start. Opel-dealer Henri & Herman heeft Opel-vestigingen in Amersfoort, Bilthoven, Nieuwegein en Utrecht. Daarnaast beschikt de groep over een eigen klantencontactcentrum, een tankstation, een schadeherstelcentrum en een aanvullend Exclusive-modelprogramma, waarmee Henri & Herman bestaande en nieuwe Opel-rijders een breed pakket aan mogelijkheden en services biedt. “Met de naam Henri & Herman hebben we voor één

identiteit gekozen, om aan te geven dat Stam Opel en Nefkens Opel samen een compleet nieuw bedrijf vormen. Nieuw sinds 1896, met respect voor het verleden en Henri Nefkens en Herman Stam als grondleggers, maar met het vizier gericht op de toekomst,” verklaart Geerlof Stam, Directeur van Henri & Herman en verantwoordelijk voor de dagelijkse leiding over de Opel-dealergroep. Met de naamswijziging luidt de grootste Opel-dealergroep van Midden Nederland met ingang van 22 augustus 2016 de nieuwe toekomst van de onderneming in. Het motto ‘Henri & Herman & u’ zegt alles over de merkwaarden van Henri & Herman: persoonlijk, gewoon doen, onderscheidend en trots. De ambities van het nieuwe Opel-dealerbedrijf zijn indrukwekkend. Dit jaar verwacht Henri & Herman meer dan 3.000 nieuwe auto’s

te verkopen, en nog eens 1.000 occasions, bij een omzet van zo’n 90 miljoen euro en een personeelsbestand van ruim 100 werknemers. De nieuwe naam Henri & Herman heeft als gevolg dat de dealerbedrijven die deel uitmaken van de groep voortaan te vinden zijn op de nieuwe website www.henriherman.nl. Klanten van de vier Opel-dealers profiteren mee van de nieuwe start van de onderneming en kunnen op de website een werkplaatsvoucher downloaden voor € 50 korting op hun eerstvolgende onderhoudsbeurt. En omdat Henri & Herman staat voor ‘persoonlijk’, kan iedere Henri of Herman (m/v) tijdelijk gratis zijn auto laten wassen bij Henri & Herman in Amersfoort, Bilthoven, Nieuwegein en Utrecht.

CYBERDREIGING VERERGERT

Er is een toenemende en reële dreiging in het digitale domein, zo blijkt uit het Cyber Security Beeld Nederland (CSBN) 2016. MKB-Nederland en VNO-NCW onderstrepen de ernst van de actuele cyberdreiging en roepen alle betrokkenen, overheid en bedrijfsleven, op tot actie. Uit het CSBN 2016 blijkt onder meer dat cybercriminelen steeds professioneler worden en langdurige, vaak succesvolle, aanvallen uitvoeren. Besmettingen met ransomware (malware – kwaadaardige software- die een computer blokkeert of bestanden versleutelt) zijn aan de orde van de dag. En (spear)phishing (een e-mail die afkomstig lijkt te zijn van een persoon of onderneming die u kent) wordt steeds verfijnder en daarmee geloofwaardiger.

Verder is het aantal digitale spionageaanvallen op bedrijven ook afgelopen jaar weer fors toegenomen. Intellectueel eigendom of andere kostbare informatie wordt hierbij gestolen. Dit alles raakt, volgens de ondernemersorganisaties, het verdienmodel van de Nederlandse economie en daarmee ons welvaartsniveau, benadrukken de ondernemersorganisaties. Om de toenemende cyberdreigingen het hoofd te bieden zijn extra inspanningen van overheid en bedrijfsleven noodzakelijk. MKB-Nederland en VNO-NCW pleiten voor het versterken en uitbouwen van het nationale detectienetwerk voor overheid en vitale infrastructuur. Ook moet de informatiedeling over cyberdreigingen worden verbeterd. De kennis die bij het NCSC aanwezig is moet voor het gehele bedrijfsleven beschikbaar komen. MKB-Nederland en VNO-NCW pleiten voor een centrale plek waar bedrijven snel terecht kunnen voor advies als zich concrete dreigingen voordoen. Cybercrime treft alle ondernemers, groot én klein. Kleine bedrijven hebben echter vaker onvoldoende kennis en middelen om dreigingen



te zien en aan te pakken. Zij hebben volgens de ondernemersorganisaties behoefte aan informatie en hulp op maat. Speciaal gericht op het midden- en kleinbedrijf zijn MKB-Nederland, VNO-NCW en de ministeries van Economische Zaken en Veiligheid & Justitie een apart project gestart, gericht op het meer cybersecure maken van het mkb. In dit project is onder meer voorzien in onderzoeken bij branches naar de cybersecuritystand van zaken. Op basis van de uitkomsten van de onderzoeken wordt voor branches een plan van aanpak op maat gemaakt, hetgeen de ondernemer moet ‘ontzorgen’.

BUSINESS



SECOND OPINION BEDRIJFSARTS OVERBODIG

VNO-NCW en MKB-Nederland zien niets in het kabinetsvoorstel om werknemers het wettelijke recht te geven op een second opinion als zij het niet eens zijn met het oordeel van de bedrijfsarts. Het is het schoolvoorbeeld van een oplossing voor een probleem dat er niet is. De Tweede Kamer praatte over deze aanpassing van de Arbeidsomstandighedenwet. Volgens de ondernemersorganisaties is het voorstel volstrekt overbodig; nut en noodzaak ontbreken. Werknemers hebben allang de mogelijkheid om een second opinion aan te vragen bij het UWV. Ze kunnen daar bijvoorbeeld laten toetsen of aangeboden arbeid passend is en of de werkgever voldoende re-integratie inspanningen verricht. Daar wordt ook regelmatig gebruik van gemaakt. Het kabinet schrijft in zijn toelichting dat er los van het UWV nu jaarlijks 250 second opinions worden uitgevoerd. Met het wetsvoorstel zou dat aantal tot maximaal zestienhonderd toenemen, zo is de verwachting. Ook de Raad van State heeft geoordeeld dat een nieuwe second opinion niet nodig is. Zij baseert zich op onderzoek waaruit blijkt dat een meerderheid van werkgevers, werknemers en bedrijfsartsen zelf in de praktijk geen ernstige problemen ervaart met de onafhankelijkheid van bedrijfsartsen. Werkgevers vrezen dat werknemers straks de verschillende mogelijkheden voor een second opinion na elkaar gaan gebruiken. Dat zou leiden tot extra vertraging van het re-integratieproces en extra kosten voor de werkgever, terwijl de verzuimkosten al zo hoog zijn. De rem voor werknemers om een second opinion aan te vragen ontbreekt, omdat die voor rekening van de werkgever komt.

MINDER NIEUWE WW-UITKERINGEN IN PROVINCIE UTRECHT

In de eerste zeven maanden van 2016 verstreekte UWV 19.088 nieuwe WW-uitkeringen in de provincie Utrecht. Dat zijn er 3.285 minder dan in dezelfde periode vorig jaar. De daling van 15% is in lijn met het landelijke beeld. De sterkste daling in de provincie Utrecht doet zich voor bij de bouwnijverheid. Daar nam het aantal nieuwe WW-uitkeringen tot en met juli ten opzichte van dezelfde periode in 2015 met 36% af. In absolute aantallen dalen de segmenten zorg & welzijn, financiële en overige zakelijke diensten en uitzendbureaus het meest. In juli 2016 bedraagt het aantal lopende WW-uitkeringen in de provincie Utrecht 28.646. Het WW-percentage – het aantal WW-uitkeringen ten opzichte van de beroepsbevolking – is daarmee 4,2%. Voor heel Nederland ligt dit percentage op 4,8%.

Slimmer communiceren en succesvoller samenwerken



Cloud
Telefonie



Video
Conferentie



Draadloze
Netwerken



Touch
Screens

*Nieuw:
Netwerk
Security*

 **citocom**[®]
voice · video · data

Citocom bv

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

Participatiewet en de WWB maatregelen: een overzicht

Vanaf 1 januari 2015 is de Participatiewet van kracht geworden. De Wet maatregelen WWB is aangepast en maakt onderdeel uit van de Participatiewet. Over de aanpassingen is al veel gezegd en geschreven, maar Movisie zet de wijzigingen voor Utrecht Business nog één keer op een rijtje.



Feitelijk zijn in de Participatiewet drie oude wetten opgegaan: de Wet werk en arbeidsomstandigheden (Wajong), de Wet sociale werkvoorziening (Wsw) en de Wet werk en bijstand (Wwb).

De participatiewet

Het doel van de participatiewet is om meer mensen, ook mensen met een arbeidsbeperking, aan de slag te krijgen. De gemeente is verantwoordelijk geworden voor mensen met

arbeidsvermogen die ondersteuning nodig hebben. De wet geeft de gemeenten een aantal instrumenten om te zorgen dat mensen met een arbeidsbeperking een plek op de arbeidsmarkt kunnen vinden. De belangrijkste zijn loonkostensubsidie en beschermt werk. Daarnaast zijn er afspraken gemaakt over extra banen. De gemeente heeft voor de nieuwe doelgroep dezelfde taken als voor mensen met een bijstandsuitkering, namelijk om deze mensen ondersteuning te bieden

gericht op arbeidsinschakeling en waar nodig, inkomensondersteuning. Gemeenten bepalen op basis van maatwerk wie voor welke vorm van ondersteuning in aanmerking komt.

Voor wie?

De doelgroep van de Participatiewet bestaat uit alle mensen die nu onder de Wwb vallen, Wajongers die niet duurzaam 100% arbeidsongeschikt zijn én de Wsw doelgroep. Voor mensen die door hun arbeidsbeperking enkel in een beschutte omgeving kunnen werken, was er in 2014 nog de Wsw. Vanaf 2015 is de Wsw afgesloten voor nieuwe instroom. Wsw-werknemers met een dienstbetrekking houden hun wettelijke rechten en plichten. Gedurende de komende decennia neemt het bestand van Wsw-werknemers door natuurlijk verloop geleidelijk af. De Wajong is vanaf 1 januari 2015 alleen nog toegankelijk voor jonggehandicapten die duurzaam geen arbeidsvermogen hebben. UWV beoordeelt of iemand recht heeft op Wajong. Mensen die nu een Wajonguitkering hebben, behouden deze uitkering. Wel zal iedereen met een Wajonguitkering door UWV opnieuw worden beoordeeld op arbeidsvermogen. Alle huidige Wajongers blijven ook na deze beoordeling bij UWV. Er worden geen huidige Wajongers overgedragen naar gemeenten.

Loonkostensubsidie

Om het voor werkgevers aantrekkelijker te maken iemand met een arbeidsbeperking in dienst te nemen, krijgt de gemeente de mogelijkheid om loonkostensubsidie te verstrekken. Loonkostensubsidie kan worden ingezet voor mensen die niet het wettelijk minimumloon kunnen verdienen. Het gaat dus om mensen die per uur niet volledig productief zijn. De loonkostensubsidie wordt verstrekt aan de werkgever en kan, waar nodig, structureel worden ingezet. Loonkostensubsidie kan ook

AAN DE SLAG

Wat is een succesvolle, effectieve aanpak om meer mensen kansen te geven op de arbeidsmarkt? Op de website van Movisie is een publicatie te downloaden waarin 29 goede voorbeelden uiteen worden gezet:
www.movisie.nl/publicaties/niet-spek-bonen

worden ingezet voor werknemers die op een beschutte werkplek werken.

Beschut werk

Tegelijkertijd met het afsluiten van de Wsw is de opbouw van beschut werk begonnen. Wat is beschut werk? Beschut werk is bedoeld voor mensen die door hun lichamelijke, verstandelijke of psychische beperking een zodanige mate van begeleiding en aanpassingen van de werkplek nodig hebben, dat niet van een reguliere werkgever mag worden verwacht dat hij deze mensen in dienst neemt. Met de voorziening beschut werk kan de gemeente deze mensen toch in een dienstbetrekking laten werken. Deze groep komt in dienst van de gemeente. De gemeente kan deze dienstbetrekking ook organiseren bij een reguliere werkgever die deze begeleiding en aanpassingen wel (met ondersteuning door een gemeente) kan aanbieden. In totaal gaat het om het creëren van 30.000 beschutte plekken.

Vergelijkbaar

Momenteel werken naar schatting tussen de 40-60.000 mensen op een plek die geduid wordt met de term 'arbeidsmatige dagbesteding'. De financiering van deze vorm van dagbesteding viel voorheen onder de functie begeleiding in de AWBZ. Deze is overgebracht naar de gemeente en opgenomen in de Wmo. Deze beide doelgroepen vertonen grote overeenkomsten. In de praktijk blijkt werk in de arbeidsmatige dagbesteding en de beschutte Wsw behoorlijk vergelijkbaar. Ook de profielen van de mensen vertonen grote overeenkomsten. Arrangementen die beide vormen combineren lijken dan ook voor de hand te liggen.

Extra banen

In het sociaal akkoord hebben werkgevers afgesproken dat er tot 2025 125.000 extra banen voor mensen met een arbeidsbeperking worden gerealiseerd; in totaal



100.000 banen in de marktsector en 25.000 bij de overheid. Deze baanafspraken staan los van de 30.000 beschutte werkplaatsen die in de komende jaren worden gecreëerd en los van de arbeidsplaatsen waarop nu Wajongers al werken. Als werkgevers de afgesproken extra banen onvoldoende realiseren, treedt een wettelijk quotum in werking. Het quotum houdt in dat op termijn elke werkgever met 25 en meer werknemers een formele verplichting krijgt arbeidsplaatsen open te stellen aan mensen met een arbeidsbeperking en moet betalen voor niet vervulde plekken.

Nieuwe maatregelen WWB

In de nieuwe maatregelen WWB worden een heel aantal zaken geregeld: uitbreiding inkomensondersteuningsmaatregelen, arbeids- en re-integratieverplichtingen en ook de tegenprestatie naar vermogen. Een onderwerp dat in het kader van activering erg relevant is, is de tegenprestatie naar vermogen. De gemeente moet het aan bijstandsgerechtigden opdragen van een significante tegenprestatie regelen bij verordening. Dit biedt de gemeente de ruimte voor het leveren van individueel maatwerk. Het college is verplicht expliciet beleid te ontwikkelen betreffende de inhoud, omvang en duur van de tegenprestatie. In deze verordening kunnen gemeenten vervolgens

o.a. opnemen dat vrijwilligerswerk van een bepaalde inhoud en omvang als tegenprestatie is te kwalificeren. Tevens kan de gemeenteraad in de verordening de bepaling opnemen dat, als de belanghebbende mantelzorg verricht, deze geen tegenprestatie wordt opgedragen, zolang hij mantelzorg verricht. De tegenprestatie mag het re-integratiebeleid niet doorkruisen. Het college voert dit beleid vervolgens uit. Verder is ook geregeld dat het college geen tegenprestatie oplegt aan alleenstaande ouders die de volledige zorg hebben voor een of kinderen tot vijf jaar.

Programmaraad

Gemeenten hebben in 2014 hard gewerkt om vanaf dit jaar de nieuwe doelgroep te kunnen ontvangen. Daarvoor hebben gemeenten lokaal beleid ontwikkeld, gemeentelijke verordeningen aangepast en (waar nodig) de organisatie aangepast. Ze deden dit samen met Programmaraad, een samenwerking tussen VNG, UWV, Divosa en Cedris. Ook was de Landelijke Cliëntenraad bij de voorbereiding en implementatie betrokken. Een model plan van aanpak voor de invoering van de Participatiewet en de WWB-maatregelen en tal van handreikingen zijn te vinden op de website www.samenvoordeklant.nl. ■

Met dank aan www.movisie.nl

UW zorgt voor de juiste match

“Koudwatervrees is nergens voor nodig”

De Participatiewet en het sociaal akkoord hebben als doel, meer werk te creëren voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. In toenemende mate nemen werkgevers hun verantwoordelijkheid. UW ondersteunt bedrijven als NH Utrecht bij het vinden van de juiste match. “Het is fantastisch om te zien dat mensen plezier hebben in hun werk en steeds meer zelfvertrouwen krijgen.”



*Martine Conings en Harrie Lantinga:
vervolg voor succesvolle pilot.*

UW – voorheen Utrechtse Werkbedrijven – bestaat bijna 50 jaar. “Van oudsher lag de nadruk op het bieden van werk op basis van de Wet sociale werkvoorziening (Wsw),” vertelt Manager Arbeidsintegratie Harrie Lantinga. “Dat gebeurde vooral in onze werkbedrijven voor onder meer groenvoorziening, schoonmaak en verpakken. Nog altijd werkt een deel van de 1.200 mensen die bij ons in dienst zijn bij deze afdelingen. Meer dan de helft is inmiddels gedetacheerd bij bedrijven, instellingen en overheden in de regio.”

Zorg uit handen

Door invoering van de Participatiewet – waarin de Wsw is opgegaan – zet UW haar kennis en ervaring in voor een veel bredere groep. “Wij ondersteunen ook mensen uit de bijstand, jonggehandicapten en anderen die – door uiteenlopende oorzaken – een arbeidsbeperking hebben. Zij worden door de gemeente of het UWV naar ons verwezen. Wij onderzoeken welk type werk het beste bij iemand past. Indien nodig krijgen zij trainingen en worden aanvullende vaardigheden aangeleerd.”

Vervolgens maakt UW de verbinding met werkgevers die deze mensen een kans willen geven op de arbeidsmarkt. “Samen kijken wij hoe een optimale match tot stand kan komen. Het kan gaan om individuele of groepsdetachering, werkervaringsplaatsen of een baan met loonkostensubsidie. Ook bieden we begeleiding op de werkplek. Daarmee neemt UW bedrijven veel zorg uit handen.”

Vruchtbare samenwerking

Een van die bedrijven is NH Utrecht. Dit viersterrenhotel is een vertrouwde landmark in het Stationsgebied en werd recent ingrijpend verbouwd. “Al geruime tijd bestond de ambitie om mensen met afstand tot de arbeidsmarkt de kans te geven om hier ervaring op te doen,” zegt Hotel Director Martine Conings. “De uitdaging is om met geschikte kandidaten in contact te komen.”

De ontmoeting tussen een HR-manager van de NH Hotel Group en iemand van UW bleek de opmaat voor een vruchtbare samenwerking. “Eerste stap was onze deelname aan een carrousel waarbij groepen kandidaten kennis konden maken met verschillende Utrechtse bedrijven. Via een rondleiding en een interactieve workshop kregen zij een indruk van ons hotel. Ook mensen van UW waren bij deze bijeenkomst aanwezig.”

1.145 EXTRA BANEN

In het sociaal akkoord uit 2013 hebben werkgeversorganisaties, vakbonden en kabinet afgesproken om tot 2026 geleidelijk 125.000 extra banen te creëren voor mensen met een arbeidsbeperking. Voor de regio Utrecht betekent dit 1.145 extra banen in 2015/2016. Bij het realiseren van deze banen speelt het WerkgeversServicepunt Utrecht-Midden een belangrijke rol. UW werkt hierin nauw samen met gemeenten in de regio (waaronder de gemeente Utrecht), collega-sociale werkbedrijven en UWV. “Al zijn we er zeker nog niet, het gaat wel de goede kant op,” zegt Harrie Lantinga. “Positief is dat steeds meer organisaties hun verantwoordelijkheid nemen. In toenemende mate weten werkgevers ons te vinden met vragen en concrete cases.”

Ook benieuwd wat de mogelijkheden zijn voor uw bedrijf? Harrie Lantinga, Manager Arbeidsintegratie bij UW vertelt graag meer.

Best spannend

Vervolgens startte een intensief traject waarbij UW NH Utrecht hielp om geschikte gegadigden te vinden voor een pilot met leerwerkplaatsen. “Onze contactpersoon bij UW heeft zich verdiept in het hotel, de wensen en verwachtingen. Met die input is hij op zoek gegaan naar gemotiveerde mensen met de vereiste vaardigheden.” Er werden vier kandidaten voorgesteld. “Die spraken ons alle vier aan. Begin dit jaar startten zij in functies in de keuken, afwasafdeling, bediening en de banqueting. Op hun eerste werkdag – best spannend natuurlijk – was een begeleider van UW aanwezig. Ook daarna kwam zij regelmatig langs om de vinger aan de pols te houden.”

Leren en ontwikkelen

De ervaringen in de praktijk zijn ronduit positief. “Het intensieve selectietraject heeft daar zeker aan bijgedragen,” stelt Conings. “De begeleiding van deze mensen verschilt eigenlijk amper van die bij een gewone leerling of stagiair. We kijken wat iemand kan, waar voorkeuren en ambities liggen. Zo kom je samen tot een optimale invulling van de functie. Dit zorgt ervoor dat mensen maximaal leren en zich kunnen ontwikkelen, terwijl zij tegelijkertijd zo volwaardig mogelijk meedraaien in onze processen.” “Natuurlijk kost het begeleiden van leerwerkplekken tijd en energie, maar je krijgt er veel voor terug. Het is fantastisch om te zien dat mensen plezier hebben in hun werk en steeds meer zelfvertrouwen krijgen.” Voor een van de vier medewerkers bleek zelfs aansluitend een baan bij NH Utrecht weggelegd. “Er kwam een functie vrij die perfect aansloot bij zijn profiel. Ook bij de aanvraag van de loonkostensubsidie voor deze medewerker heeft UW ons adequaat ondersteund.”

Veel voldoening

Bij werkgevers is soms sprake van koud-watervrees bij de inzet van mensen met een arbeidsbeperking. “Dat is nergens voor nodig,” weet Harrie Lantinga. “Daarom zijn praktijkervaringen zoals van Martine en NH Utrecht ook zo belangrijk. Natuurlijk, mensen hebben niet voor niets een afstand tot het arbeidsproces. Het kost zeker inspanning om ze verder te helpen, maar het levert een organisatie ook veel op. Als mensen opbloeien en zich kunnen ontwikkelen, geeft dat veel voldoening. Vanuit de maatschappelijke betrokkenheid van een organisatie is het een groot goed wanneer het lukt om iemand betere toekomstkansen te geven. Maar vergeet ook de bedrijfseconomische impact niet. Werkgevers die creatief nadenken over de invulling van functies, lukt het vaak – desgewenst met hulp van UW – om een pakket werkzaamheden samen te stellen dat geschikt is voor een werkervaringsplaats of functie met loonkostensubsidie. De vrijgekomen tijd kunnen medewerkers dan aan andere werkzaamheden besteden. Zo snijdt het mes aan twee kanten.”

Voorbeeld verdient navolging

Na de positieve pilot worden bij NH Utrecht binnenkort opnieuw werkervaringsplekken ingevuld. “We zijn erg tevreden over het verloop van het traject en de ondersteuning door UW,” zegt Martine Conings. “Gesprekken over de selectie van kandidaten zijn in volle gang. Ook hebben we onze ervaringen gedeeld met de centrale HR-afdeling. Er wordt nu onderzocht of ook in de NH-hotels in Amsterdam werkervaringsplekken mogelijk zijn. Ik hoop van harte dat ons Utrechtse voorbeeld navolging krijgt.” ■

030-2391500 - info@uw.nl - www.uw.nl



Met zorg innoveren

Een gezonde, leefbare samenleving met vitale bewoners in vitale wijken vraagt om nieuwe samenwerkingsvormen, nieuwe (toepassingen van) zorgtechnologie en zelfregie. Hedendaagse zorg moet efficiënter en goedkoper, mensen moeten zo lang mogelijk vitaal thuis kunnen blijven wonen en meer regie hebben over hun eigen gezondheid. Hiervoor zijn innovatieve oplossingen noodzakelijk. Een maatschappelijke uitdaging met aanzienlijke kansen voor het bedrijfsleven.

FOTOGRAFIE [ACTIVE CUES EN SILVERFIT/ROBERT VAN DEN BERGE](#)

“De Utrechtse regio is uniek wat betreft de kennisdichtheid en kans voor ondernemers als het gaat om zorginnovaties,” stelt Jelle van der Weijde, domeinmanager Gezond van de Economic Board Utrecht (EBU). “Veel innovaties op het gebied van zorg en eHealth sneuvelen echter voortijdig, onder andere door een gebrek aan kennisuitwisseling, en leveren zodoende geen voordeel op voor de burger, de professional of de Utrechtse economie.”

Wiel opnieuw uitvinden

Eén van de manieren om samenwerking en kennisdeling onder zorginnovaties te stimuleren, is het landelijk platform

Zorginnovatie.nl. “Er gebeurt ontzettend veel in Nederland op het gebied van zorginnovatie, maar het probleem is dat het wiel telkens opnieuw wordt uitgevonden,” zegt Wilco Schuttelaar, directeur van Stichting Zorginnovatie Nederland. Zorginnovatie.nl biedt een platform aan zorginnovaties, zowel per regio als landelijk. Via de community-functie kunnen vraag en aanbod met elkaar in contact gebracht worden en vindt actieve kennisdeling plaats. De jaarlijkse zorginnovatieprijs geeft de innovatieve bedrijven bovendien een steun in de rug. “Dat de regio Utrecht een bijzondere uitgangspositie heeft op het gebied van

zorg en zorginnovatie zie je ook terug in het aantal Utrechtse innovaties op onze website: 57 van de 414 innovaties komen hier vandaan,” aldus Schuttelaar.

Doelgroep voorop

Het Woerdense SilverFit (genomineerd voor de Zorginnovatieprijs 2016) en de Tover Tafel van het in Utrecht gevestigde Active Cues zijn succesvolle voorbeelden van zorginnovaties uit de regio op zorginnovatie.nl. Joris Wiersinga, CEO van SilverFit, geeft aan dat het belangrijk is dat de innovatie praktisch is en aansluit op wat de consument kan en wil. “We zijn klein begonnen met SilverFit en hebben voor

één fysiotherapeut en één verpleeghuis een game ontworpen met het idee het later verder uit te bouwen. Het bleek echter dat de game juist nog simpeler moest dan wij dachten. Toen kwam het besef dat het helemaal niet gaat om hoe mooi en complex de game is, maar hoe het in de praktijk werkt en hoe het onze klanten verder kan helpen. Dit is een van de redenen dat we nu, voordat we een game ontwerpen, ook de developers en de tekenaars meenemen naar een verpleeghuis.”

Claudia de Widt, marketing- & communicatiemanager van Active Cues, sluit zich hierbij aan: “Betrekt de doelgroep erbij! Als gamedesigner of ontwikkelaar kun je van alles bedenken dat hartstikke gaaf is, maar het gaat toch anders als mensen ermee spelen. Zorg dat je alles goed test en kijkt wat werkt voor hen. Vanuit Active Cues zoeken we ook voortdurend zorginstellingen in Utrecht als co-design locaties, voor games die bijna helemaal af zijn. Om te testen hoe mensen erop reageren, wat het commentaar is van zorgmedewerkers en hoe het aanslaat bij de cliënten zelf. Zorginstellingen met een Tovertafel die daaraan mee willen werken, zijn altijd welkom.”

Internationale potentie

SilverFit en Active Cues zien hun succes groeien en zijn beiden ook actief op de internationale markt. Wiersinga: “Naast dat SilverFit nu in meerdere landen gebruikt wordt, wisselen we ook informatie uit met zorginstellingen in het buitenland. Zo laten we Franse en Britse fysiotherapeuten en verpleegkundigen hier zien wat wij doen om de zorg te verbeteren en laten zij in eigen land aan ons zien wat zij doen. Zo leer je van elkaar en maak je de zorg steeds beter.” Ook Active Cues gaat internationale samenwerkingen aan. “Inmiddels zijn we zowel in Nederland als in België actief en hebben we ook een partner gevonden die in Engeland Tovertafels verkoopt. In Duitsland zijn we nog actief op zoek naar een partner, maar ook andere landen binnen en buiten Europa tonen interesse.”

Smart Living Utrecht

De EBU is als regionale partner betrokken bij Zorginnovatie.nl. Eén van de actielijnen waar de EBU zich binnen het domein Gezond mee bezig houdt, is ‘Langer zelfstandig wonen’. “Het vraagstuk hoe ouderen op een veilige en gezonde manier langer thuis kunnen blijven wonen, wordt

TOVERTAFEL – ACTIVE CUES

De Tovertafel is ontstaan uit het promotieonderzoek van ir. Hester Le Riche en kwam deels voort uit de vraag van professor Erik Scherder, hoogleraar Klinische Neuropsychologie verbonden aan de Vrije Universiteit: hoe kunnen we ouderen met dementie in beweging krijgen? Door apathie zijn veel ouderen met dementie in zichzelf gekeerd, worden hun spieren stijf en gaat hun welzijn achteruit. Het onderzoek dat volgde bestond voor een groot deel uit co-design met ouderen en zorgmedewerkers. Uiteindelijk zag Le Riche dat mensen gingen spelen met het licht dat op de tafel werd geprojecteerd. Inmiddels zijn er ruim een jaar na de eerste Tovertafel ongeveer 400 Tovertafels verkocht in Nederland en België. De Tovertafel biedt interactieve spellen, bestaand uit lichtprojecties op tafel, die reageren op hand- en arm-bewegingen en die de ouderen zowel in fysieke activiteit als sociale interactie stimuleren. Naast de Tovertafel Original, gericht op ouderen met dementie, is er nu ook de Tovertafel Up, voor mensen met een verstandelijke beperking. Bovendien is Active Cues bezig om een Tovertafel te ontwikkelen voor kinderen met autisme.

steeds dringender. Bestaande woningen zijn daar namelijk helemaal niet voor gebouwd en moeten worden aangepast om te kunnen wonen zonder zorgen,” aldus Van der Weijde.

Vitaal Thuis, een initiatief van VitaValley (ook partner van Zorginnovatie.nl) en Actiz, is een landelijk programma om opschaling van thuiszorgtechnologie te bevorderen. Landelijk werken zij hiervoor met partners aan de juiste kaders en beleid. Op regionaal niveau vinden de implementaties plaats. In de regio Utrecht gebeurt dit in de vorm van het initiatief van de EBU; Smart Living Utrecht, een samenwerkingsverband van partijen gecoördineerd door

Co Politiek van SCCI (Senior Care & Cure Infrastructure). Van der Weijde: “We zijn hiervoor al goed op weg en de eerste concrete plannen worden al snel ten uitvoering gebracht. Voor het eind van volgend jaar wordt er in deze regio een proeftuin gestart met uiteindelijk maar liefst 2000 woningen, die voldoen aan het Vitaal Thuis keurmerk.” In de proeftuin wordt geïntegreerde technologie en dienstverlening gebruikt en ontwikkeld om mensen met zorgbehoeften comfortabel en prettig, langer zelfstandig thuis te laten wonen. Bestaande en nieuwe innovaties kunnen in deze nieuwe aanpak worden gecombineerd op basis van de landelijke Vitaal Thuis inkoopspecificaties.





Landgoed Zonheuvel

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



Deze specificaties bieden zorgorganisaties richtlijnen voor het aanbesteden en implementeren van thuiszorgtechnologie.

Zorgtechnologie: oerwoud aan keuzes

Pasquella van der Jagt is projectleider Smart Living Utrecht. “De toename aan (thuis-)zorgtechnologie leidt tot een oerwoud aan keuzes. Wat werkt wel en wat werkt niet? Hoe is de prijs-kwaliteit verhouding? Zowel voor consumenten als voor zorgorganisaties is hier een beter overzicht voor nodig.”

Het Taiwanese bedrijf SquareX heeft al toegezegd mee te doen in de proeftuin. De proeftuin staat open voor andere bedrijven met thuiszorgtechnologie om aan te haken. Van der Jagt: “Binnen de proeftuin kunnen bedrijven elkaar opzoeken en versterken waar dat lukt. Tegelijkertijd is het belangrijk dat deze bedrijven, net als SquareX, ook onafhankelijk kunnen groeien en een

SILVERFIT

SilverFit maakt gebruik van computerspeltechnologie om mensen door actieve oefeningen meer en leuker te laten bewegen. In 2008 bracht Joris Wiersinga samen met Maaïke Dekkers-Duijts het eerste product op de markt, waarmee ze virtuele therapie wereldwijd op de kaart hebben gezet. Voor dit product zijn ze langs verpleeghuizen gegaan om te kijken waar behoefte aan is onder het verzorgend personeel en onder de ouderen. Fysiotherapeuten gaven aan dat een game om ouderen te helpen bewegen hun werk zou kunnen ondersteunen. Ze verwachtten dat door een spelelement toe te voegen de ouderen langer gemotiveerd konden blijven. Inmiddels werken er 25 mensen op de vestiging in Woerden en zijn er wekelijks 20.000 mensen, verspreid over 18 landen, die de systemen van SilverFit gebruiken. Wiersinga: “Vaak zie je dat het té wetenschappelijk of té technisch benaderd wordt, waardoor ideeën nooit werkelijkheid worden. Ik zou als advies willen geven; begin klein, kijk naar wat de klant wil en zorg ook dat het daar terechtkomt. Een goed product verkoopt zichzelf niet, fysiotherapeuten, verpleegkundigen, maar ook de patiënten willen eerst van een ander horen wat hij of zij van het product vindt.”

gezond business perspectief hebben. Los van de proeftuin zal SquareX bijvoorbeeld de komende periode kijken hoe zij hier in de regio andere samenwerkingen van de grond kan krijgen.”

Van der Jagt: “Op de partnerpagina van Vitaal Thuis op Zorginnovatie.nl kunnen

best practises uit heel Nederland worden gedeeld die ontwikkeld zijn of worden en voldoen aan de Vitaal Thuis specificaties. Alle (regionale) partijen die aan de Vitaal Thuis inkoopspecificaties voldoen, kunnen zich hiervoor aanmelden.” ■

Nieuw wervings- en ontwikkelprogramma MKB-Nederland en Eiffel

Toptalent voor het mkb

U wilt groeien met uw bedrijf. Uw eerste of grotere stappen zetten op de exportmarkt. Nieuwe klanten aan uw onderneming binden. Innoveren met nieuwe producten. Plannen en wensen genoeg, maar binnen uw bedrijf ontbreekt het aan de juiste expertise. Het toptalenten-programma van MKB-Nederland en EIFFEL biedt uitkomst. Ons programma verbindt talent met ondernemerschap. Voor een periode van zes maanden haalt u een toptalent in huis om samen die belangrijke stap te zetten.

Het mkb is dynamisch. Het is een werkveld van ondernemerschap, snel schakelen, pragmatisme en doelgerichtheid. Een interessante omgeving voor jonge talenten om zich snel te ontwikkelen. En toch kan het lastig zijn voor mkb'ers om jong talent binnen te halen. Werkgevers in het mkb hebben vaak geen ingangen bij een hogeschool of universiteit en jong talent vindt niet automatisch zijn weg naar het mkb.

MKB-Nederland en EIFFEL hebben de handen ineen geslagen om het beste van twee werelden te combineren. We hebben een specifiek ontwikkelprogramma opgezet voor mkb'ers die jong talent aan hun bedrijf willen binden en een uitstekende start willen bieden.

Voordelen van het mkb

Het uiteindelijke doel van het project is dat talenten een carrière in het midden- en kleinbedrijf als net zo aantrekkelijk ervaren als werken voor een multinational. "We willen dat hoogopgeleide starters inzien dat werken binnen het mkb veel voordelen heeft", zegt directeur Leendert-Jan Visser van MKB-Nederland. Zo heb je vaker een grote verantwoordelijkheid en groei je eerder door dan in een multinational."

Hoe werkt het?

We selecteren een team van jonge, recent afgestudeerde talenten die specifiek in het mkb goed tot hun recht komen. Toptalenten met een bedrijfskundige achtergrond, uitstekende digitale vaardigheden én opgeleid om processen te opti-



maliseren. Ze zijn pragmatisch, zien verbanden en leggen de lat hoog. Onder begeleiding van EIFFEL doorlopen onze talenten in zes maanden een intensief traject met een uitgebalanceerd team om zich heen voor de juiste begeleiding.

Voor het programma start, bepalen we samen welke kandidaat het meest geschikt is voor de specifieke wens in uw bedrijf. Natuurlijk moet daarbij, naast de juiste kennis en vaardigheden, ook sprake zijn van de juiste 'klik'. Net als bij een gewone sollicitatie. U, de werkgever, neemt de uiteindelijke beslissing. Na een traject van zes maanden bestaat de mogelijkheid het toptalent vast in dienst te nemen.

Uw voordelen

- Werving en selectie van toptalent, specifiek gericht op het mkb

- Coaching on the job door ervaren coaches en topsporters
- Een speciale mkb-coach die u kunt inzetten op specifieke vraagstukken
- Een uitgebreid opleidingsprogramma dat ervoor zorgt dat de talenten nog aantrekkelijker worden voor het mkb
- Een extra opleidingsplaats voor een van uw eigen medewerkers

Wilt u meer informatie over het toptalenten programma of heeft u als mkb-bedrijf interesse in een toptalent? Kijk dan op www.mkb.nl/toptalent. ■

Contact en informatie:

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

Inspiratie, informatie en invloed op lobby

In het nieuwe verenigingsseizoen 2016-2017 blijft ondernemersvereniging VNO-NCW Utrecht zich onverminderd inzetten voor de belangen van ondernemers in de provincie en regio. Dat doen we samen met de lokale ondernemerskringen, MKB-Nederland Midden, brancheorganisaties en anderen. Samen bereiken we immers meer! Lobbyissues worden besproken tijdens de bijeenkomsten voor ondernemers, die wij met grote regelmaat organiseren. De bijeenkomsten vinden plaats in én buiten de provincie Utrecht, wat leden de kans geeft om nieuwe collega-ondernemers te ontmoeten.



Op 31 augustus startte het verenigingsseizoen met een 'Back2Work'-bijeenkomst in Veenendaal, samen met VNO-NCW Valleiregio en VNO-NCW Noord-Veluwe. Het bijeenkomstenprogramma vervolgt op 21 september met het Prinsjesdagontbijt in Barneveld, waar ook ondernemers uit Utrecht en omgeving van harte welkom zijn.

21 september 2016 – Prinsjesdagontbijt in het Schaffelaartheater in Barneveld. Start om 07.00 uur met een ontbijtbuffet voor ondernemers en vertegenwoordigers van de overheid. Daarna: toelichting op de fiscale regelingen en de impact daarvan op het bedrijfsleven en een afsluitende paneldiscussie, met inbreng van Ron van Gent, directeur VNO-NCW Midden en MKB-Nederland Midden. Meld u snel aan, want vol=vol.

13 oktober 2016 – Rondetafelbijeenkomst Ondernemen in India, Nieuwegein Samen met de Netherlands India Chamber of Commerce & Trade (NICCT) organiseren VNO-NCW Midden, MKB-Nederland Midden en de Koninklijke Metaalunie twee rondetafelbijeenkomsten over zakendoen in

India. Eén voor ondernemers die reeds actief zijn in India (start 14.00 uur) en één voor ondernemers die serieus overwegen zaken te gaan doen met of in India (start 09.00 uur). India biedt veel kansen, maar wordt soms ook ervaren als een land van geschreven en ongeschreven regels. In deze bijeenkomsten gaan wij onder leiding van een aantal professionals met u in gesprek over ondernemerschap in India.

10 november 2016 – Marktdag Aanbesteden in het Provinciehuis Utrecht Dé netwerkbijeenkomst voor opdrachtgevers en opdrachtnemers in grond-, weg-, water-, woning- en utiliteitsbouw. Met inspiratie- en kennissessies en keuze uit workshops over kwaliteitsborging in de bouw, selectie via groslijsten, Internet der Dingen, circulaire economie, Marktvisie en Leidende Principes, aanvragen Kabels en Leidingen en vele andere. Noteer vast in uw agenda!

17 november 2016 - Rode Loper Dag regio Amersfoort, diverse locaties Voor nieuwe en gevestigde ondernemers. Programma:

- Een tour langs ondernemers in de regio (vanaf 12.00 uur)
- Kennisuitwisseling en Matchmarkt (vanaf 16.30)
- Ontmoeting met lokale bestuurders en collega-ondernemers uit de regio
- Inspirerende sprekers
- Netwerkborrel

www.rodeloperdag.nl

Naast deze bijeenkomsten brengt VNO-NCW Midden specifieke ledengroepen uit een bepaalde branche of keten of met een specifieke kennis samen in het DGA-Platform, de HR-kring of de Industrietafel Midden Nederland. Kijk voor het bijeenkomstenoverzicht en actuele informatie op www.vno-ncwmidden.nl/utrecht.

Contactpersoon

Aanmelden of meer weten over onze bijeenkomsten of andere activiteiten van VNO-NCW provincie Utrecht? Neem contact op met Helga Brenninkmeijer, regiomanager VNO-NCW provincie Utrecht en MKB-Nederland Midden, brenninkmeijer@vno-ncwmidden.nl. ■

WIE WIL JE ZIJN?

Door Wim Geerts en
Annette de Vos-van Weel

Dat integriteit allesbehalve vanzelfsprekend is, blijkt bijna dagelijks. Graaiende zorgbestuurders, omgekochte voetbalbobo's en opgestapte politici die zorgeloos van hun wachtgeld en vrije tijd genieten. Het oordeel over deze handelwijze is – terecht – niet mals. Maar wat zou je zelf doen, als je in een vergelijkbare situatie zit? *Wie wil je zijn?* helpt om inzicht te geven in de dilemma's die spelen bij integriteit voor personen en in organisaties. In een fictieve interactie tussen een leidinggevende en diens coach komen situaties en beslissingen aan bod waarbij integriteit een rol speelt. Van eenvoudige keuzes tot complexe situaties met veel impact. Zoals: Vertel je een werknemer die een huis gaat kopen dat bij een aanstaande reorganisatie diens baan op de tocht staat?

157 pag. ISBN 978-94-6272-059-6.
€ 24,99. Thema.



DE LIJST

Door Yuval Abramovitz

Steeds meer mensen hebben een bucketlist. Een overzicht van zaken en ervaringen die ze ooit nog eens meegemaakt willen hebben. Maar weinigen gaan hier ook daadwerkelijk mee aan de slag. De ultieme wensenlijst heeft vaak een vrijblijvend karakter. Niet bij Yuval Abramovitz. Door een val raakte hij op zestienjarige leeftijd verlamd. De Israëliër beschikt echter over een ijzeren wil. Hij was ervan overtuigd dat hij zou genezen én maakte een lijst met dingen die hij daarna wilde gaan doen. En zie:



na twee jaar kon Abramovitz weer lopen. En ging voortvarend aan de slag met zijn ambitieuze bucketlist. Gesterkt door de genezing en met een grote dosis doorzettingsvermogen lukte het om ook op voorhand volledig onrealistische doelen te realiseren. Abramovitz deelt zijn inzichten en ervaringen in *De Lijst*. Belangrijke aanbeveling: maak anderen deelgenoot van je ambities en vraag ze om hulp.

288 pag. ISBN 978-90-2156-188-2. € 19,99.
Kosmos.

ALLES WORDT ANDERS

Door Dik Bijl

Dik Bijl maakte naam als ambassadeur van Het Nieuwe Werken. In *Alles wordt Anders* kiest hij voor een bredere scope en geeft een veelomvattend inzicht in wat ons in de toekomst te wachten staat. Daartoe beschrijft Bijl zeven technologische ontwikkelingen: robots, zelfrijdende auto's, kunstmatige intelligentie, 3D-printen, synthetische biologie, nanotechnologie en genomische geneeskunde. Met een aantal van deze zaken raken mensen langzamerhand vertrouwd, sommigen zijn nog onbekend terrein. Wat ze gemeen hebben, is dat zij ons leven ingrijpend zullen veranderen. Prangende vraag is vervolgens of het ten goede of ten slechte is. Dat zal de tijd leren. Verzet tegen de oprukkende technologie is volgens Bijl overigens zinloos; accepteren en aanpassen is het devies.



240 pag. ISBN 978-94-6126-180-9.
€ 20,-. Haystack.



TAAL IS BUSINESS

Door Frieda Steurs

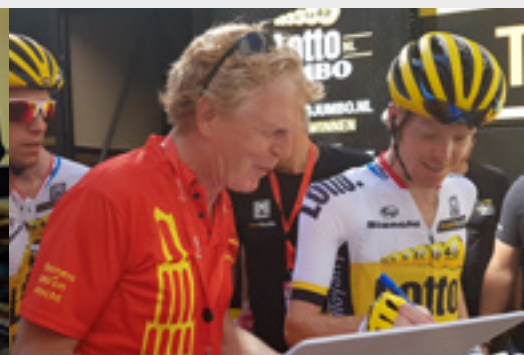
Bij taal hebben maar weinig mensen de associatie met economische ontwikkeling. Geheel ten onrechte, stelt Frieda Steurs in *Taal is Business*. De hoogleraar terminologie en taaltechnologie aan de KU Leuven toont aan dat taal juist onlosmakelijk verbonden is met zakelijk succes én maatschappelijke vraagstukken. Denk aan merknamen met een verkeerde associatie die een internationaal product op voorhand kansloos maken – hilarische voorbeelden te over. Of aan de noodzaak tot communiceren met steeds meer nationaliteiten en culturen. Kortom: Taal heeft de toekomst. Daarom breekt de auteur met verve een lans voor meer erkenning van het enorme belang van taal. En in het verlengde daarvan voor een zelfbewuste taalsector die haar prominente rol ook daadwerkelijk claimt. In dit najaar wordt Steurs de nieuwe directeur van het Instituut van de Nederlandse Taal.

220 pag. ISBN 978-94-6319-022-0. € 24,95. Scriptum.

“Nul zorgen over de organisatie”

Vuelta naar Utrecht: Logisch

Het Utrecht Business Peloton (BPU) is vol vertrouwen dat in 2019 of 2020 de start van de Vuelta in Utrecht plaatsvindt. Een 14-koppige delegatie van het BPU, de Jaarbeurs en ondernemers uit de horeca- en hotelwereld woonde in het weekend van 19-21 augustus de start van de Vuelta bij in Ourense, Spanje.



Voor de start van de Vuelta sprak een compacte delegatie met de directie van de Vuelta. BPU voorzitter Cor Jansen vertelt enthousiast: “We werden ontzettend gastvrij en open ontvangen met direct een volledige toegang tot de Vuelta. Het was een goede meeting dat perspectief biedt!” De directieleden gaven aan zich “nul zorgen te maken over de vraag of Utrecht dit wel zou kunnen”. Daarnaast is de Vuelta onder invloed van aandeelhouder ASO (ook de organisator van de Tour de France en Parijs – Dakar) zich meer internationaal aan het oriënteren. Na de start van de Giro en de Tour in Utrecht te hebben gehad, is dit voor beide partijen een logische stap. Utrecht zou dan de eerste stad ter wereld zijn die alle drie de grootste wielerrondes binnen haar stadsgrenzen heeft gehad. Uiteraard zijn er zaken die eerst uitgezocht moeten worden. “We hebben nu dan ook huiswerk te doen en dit doen we natuurlijk alleen als het echt moet,” aldus Jansen.’

Steun van Giant Alpecin en LottoJumbo

Vlak voor de start van de 2e etappe ging de delegatie langs bij de Nederlandse wielploegen



Giant Alpecin en Lotto Jumbo. “Het is belangrijk te beginnen bij de basis,” legt Jansen uit. “Dat de sportploegen zelf ook dit initiatief ondersteunen. Alle wielrenners van beide ploegen hebben hun handtekening gezet. Dit is natuurlijk waanzinnig! Vooral de Nederlandse renners zouden het geweldig vinden in Utrecht te starten.”

Vuelta Utrecht ambassadeur: 9-voudig etappewinnaar Mathieu Hermans

Mathieu Hermans, oud profwielrenner en 9-voudig etappe winnaar van de Vuelta, was mee

naar Spanje als ambassadeur van de ambitie de Vuelta naar Utrecht te halen. Hij legde ook het contact met de directie van de Vuelta. “Bij de Vuelta staat het wielrennen heel dicht bij de supporters. Dit past ontzettend goed bij Utrecht én bij Nederland,” vertelt Hermans. “Het was leuk om te merken dat wij als groep helemaal werden opgenomen door de Spanjaarden. Zo kondigden ze ons steeds voor de start en bij de finish aan.” Jansen vult aan: “Het is voor de hotels, horeca en de Jaarbeurs heel belangrijk dat er weer zo’n groot evenement georganiseerd wordt. En zakelijk moet het natuurlijk kloppen. Daarom leggen we ook de verbinding met de regio’s. We betrekken de provincie erbij en ook leggen we de verbinding met bijvoorbeeld Gelderland en het zuiden.” Vooral nog is het idee dat op vrijdag de tijdrit gereden wordt, op zaterdag een etappe in de provincie Utrecht met op zondag een start in Utrecht en finish via Gelderland in Noord-Brabant of Limburg. ■

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 Haarzuylens



Lunch, borrel, diner, buffet, vergadering, receptie en feest

Bourgondisch genieten!

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

www.wapenvanhaarzuylens.nl



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

 Download onze App
iOS + Android

www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY

DE NIEUWE PROACE

DÉ BUS VOOR DE ECHTE KLUS



Brandstofverbruik (EC 2015/45X) 5,1-5,9 L/100km (16,9-19,6 km/L); CO₂ 133-155 gr/km.

Afgebeeld is de PROACE Worker 1.6 D-4D 115pk Professional t.w.v. € 23.695,- excl. BTW, BPM en excl. kosten rijklaar maken en recyclingbijdrage. Vraag naar de verkoopvoorwaarden of kijk op toyota.nl. Prijswijzigingen en drukfouten voorbehouden.

Automobilbedrijf Kooijman

Utrecht, Meijewetering 39, 030-2660044
www.kooijman-autogroep.nl



STICHTING
LIVA
WE CARE

Stichting LIVA
www.stichtingliva.nl

VOOR JEEP GAAT U NAAR VIREO AUTO



KOM LANGS OF KIJK OP VIREOAUTO.NL VOOR MEER INFORMATIE.

VIREO AUTO

Alkmaar: Koraalstraat 3, Telefoon 088-2923816

Amersfoort: Nijverheidsweg-Noord 65, Telefoon 088-2923814

Bussum: Amersfoortsestraatweg 43, Telefoon 088-2923813

Haarlem: Leidsevaart 592, Telefoon 088-2923811

Houten: Ringveste 4, Telefoon 088-2923815

Purmerend: Ampèrestraat 57, Telefoon 088-2923812



www.vireoauto.nl

Gemiddeld verbruik: 4,6 - 13,5L / 100 km (1 op 7,4 - 21,7). CO₂-uitstoot: 115 - 315 gr/km.



De verbruikscijfers zijn gebaseerd op de officiële Europese testmethode. Het daadwerkelijke verbruik hangt mede af van de omstandigheden en uw rijgedrag. Wij adviseren Het Nieuwe Rijden; zie ook www.hetnieuwerijden.nl, voor handige tips om zuiniger te rijden. Drukfouten voorbehouden. Kijk voor de verkoopvoorwaarden op Jeep.nl. Jeep is een gedeponiseerd handelsmerk van FCA US LLC.

Jeep

BUSINESS FLITSEN

VERVOLG OP SUCCESVOLLE LOCATIETOUR UTRECHT

Op maandag 3 oktober laat Utrecht zich van haar 'groenste, gezondste en slimste' kant zien tijdens de Locatietour voor event- en meetingplanners. Na een succesvolle eerste editie in maart, krijgt de Locatietour dit najaar een vervolg. Deze keer een Locatietour in Utrecht stad en regio. Het Utrecht Convention Bureau (UCB) organiseert de Locatietour in samenwerking met WietWeet-Waarheen en Linda op Locatie. 'Wij willen planners op een inspirerende manier kennis laten maken met Utrecht als evenementen-destinatie', aldus Wieteke Lemmen, één van de initiatiefnemers van de Locatietour. Op het programma staan locaties in het groen, zoals een fort en een landgoed. Maar ook een duurzame, industriële locatie komt aan bod. Hans Sittrop, Manager UCB: 'Utrecht Region biedt een uitgebreid en zeer gevarieerd aanbod van hotels en locaties voor het organiseren van zakelijke evenementen. Hiermee laten we een andere, verrassende kant van Utrecht zien'. De activiteiten van het UCB (onderdeel van Toerisme Utrecht) zijn gericht op de promotie van de stad en de regio als (inter-) nationale congres- en evenementen



bestemming. Met deskundig, kosteloos en onafhankelijk advies informeert het UCB organisatoren van zakelijke bijeenkomsten o.a. over locatiekeuze, financiën, het sociaal programma of de marketing/promotie van het evenement. Verder biedt het UCB ondersteuning bij bidprocedures en site-inspecties. Organiseert u regelmatig meetings of events en bent u op zoek naar centrale locaties in het hart van Nederland voor uw congres, presentatie, training of vergadering? Wij nodigen u graag uit voor deze inspirerende, groene en smaakvolle Locatietour in Utrecht. Tijdens de Locatietour worden verrassende locaties aangedaan die uitblinken op uiteenlopende

vlakken, geschikt voor evenementen van verschillende groottes. We starten op de eerste locatie met een stevig ontbijt en vervolgen met een kennissessie over 'gezonde voeding tijdens je meeting', de groene draad in het programma. De Locatietour is een volledig verzorgde dag en gratis toegankelijk voor meeting- en eventplanners uit Nederland.

Locatie: Utrecht
Datum: 3 oktober 2016
Tijdstip: 09.00 – 18.00

Informatie en aanmelden: www.locatietour.nl.

KING BUSINESS SOFTWARE ADVISEERT ONDERNEMERS VIA REGIONALE DEALERS

De ERP-oplossingen van King worden aangeboden via een uitgebreid netwerk van lokale automatiseringsbedrijven. "Deze zogeheten gecertificeerde King dealers zien wij als een verlengstuk van onszelf", vertelt Tom Schellekens van King Business Software. "Het werken met hen heeft een grote meerwaarde. Zij beschikken over uitgebreide King-kennis en kennis over de verschillende bedrijfsprocessen, van boekhouden tot magazijnautomatisering." De ene geografische locatie verschilt namelijk wel degelijk van de andere, weet Schellekens: "De plaatselijke dealer is meer betrokken bij en beter op de hoogte van de regionale aspecten. Dit kan voor een klant van belang zijn. Tegenwoordig wil de ondernemer graag terechtkunnen bij

de one-stop-shop: één loket waar hij of zij alle behoeften kan afnemen. Bij dealers kunnen bedrijven altijd meer afnemen dan ERP-software. Zo bieden dealers vaak ook hardware, afrekeningsystemen en consultancy aan." Voor King is het belangrijk om op gelijkwaardig niveau met dealers te communiceren. "Meedenken is het sleutelwoord. Deze insteek heeft duurzame relaties opgeleverd: het merendeel van de dealers verbindt zich voor een lange periode met King en kent vrijwel iedereen binnen ons bedrijf. Dit laatste aspect sluit naadloos aan op de bedrijfscultuur van King; wij hechten namelijk grote waarde aan persoonlijk contact", aldus Schellekens. De populariteit van langlopende abonnementen is aan het dalen, terwijl het maandmodel steeds meer

in trek raakt. Daarom biedt King Software sinds 1 juli van dit jaar het maandmodel aan. Schellekens: "Dit houdt in dat een initiële investering niet meer nodig is; u betaalt een vast maandelijks bedrag. Onze software bieden wij aan in acht zeer complete financiële- en ERP-pakketten. Deze pakketten passen op alle MKB-branches en worden aangeboden tegen een concurrerend tarief." Kijk op www.king.eu voor meer informatie over de producten en diensten van King.



Gewijzigde Aanbestedingswet biedt kansen voor het mkb

“Timmer aanbesteding niet dicht”

De Aanbestedingswet is per 1 juli op een aantal punten gewijzigd. Doelstelling van het Ministerie van Economische Zaken daarbij is om het aanbestedingstraject voor zowel overheden als bedrijven te optimaliseren. Ook wordt innovatie bevorderd. “Door een aanbestedingsvraag niet helemaal dicht te timmeren, ontstaat ruimte voor verrassende vernieuwing.”

Publieke partijen als gemeenten, provincies en waterschappen zijn economisch een factor van belang, stelt Hans Bakker. Naast regiomanager MKB-Nederland Midden is hij coördinator van lokaal en regionaal aanbesteden. “Een bedrag van ca. 2.000 euro per inwoner is een goede indicatie van het jaarlijks door gemeenten aanbestede bedrag. Bij Utrecht praat je dan over bijna 650 miljoen euro; landelijk is het zo’n 34 miljard. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om activiteiten als bouw, schoonmaak en catering. En sinds kort ook de aanbestedingen rond het sociale domein (WMO, thuiszorg).

Natuurlijk zijn er raamcontracten en langlopende afspraken; niet alles komt elk jaar op de markt. Maar het gaat om grote bedragen en interessante opdrachten.”

Meer kans

In de Aanbestedingswet uit 2012 is bepaald hoe publieke partijen hun aanbestedingen moeten uitvoeren. Per 1 juli is deze wet op een aantal punten gewijzigd. Hierbij zijn de Europese richtlijnen geïmplementeerd. Ook zijn verbeteringen doorgevoerd naar aanleiding van een evaluatie door het Ministerie

TIPS VOOR OPDRACHTGEVERS

- * Denk creatief en zoek verbinding.
- * Blijf niet hangen in wat altijd is geweest.
- * Laat nieuwe ideeën toe.

van Economische Zaken. “Het kabinet wil het aanbestedingstraject voor zowel overheden als bedrijfsleven efficiënter laten verlopen,” aldus verantwoordelijk minister Henk Kamp in een toelichting. “Daartoe creëren we elektronische

procedures die makkelijker toegankelijk zijn. Hierdoor heeft het mkb meer kans om in aanmerking te komen voor opdrachten. Ook biedt de wijziging overheden extra mogelijkheden om via aanbestedingen samen met bedrijven innovaties te ontwikkelen.”

Misverstanden

Uit de evaluatie kwam naar voren dat problemen rond publieke aanbestedingen niet zozeer veroorzaakt worden door onduidelijke regelgeving. “Het zit hem vooral in het toepassen van die regels. Vooral kleinere gemeenten worstelen hiermee,” aldus Hans Bakker. “Je ziet dat criteria niet altijd duidelijk worden omschreven. Een uitgangspunt als de Economische Meest Voordelige Inschrijving (EMVI) of gunnen op basis van kwaliteit blijkt regelmatig misverstanden op te leveren. Datzelfde geldt voor richtlijnen op het gebied van social return – het leveren van een maatschappelijke inspanning als onderdeel van de gunning. Omdat ondernemers een opdracht toch graag binnenhalen, zullen ze niet snel vooraf onduidelijkheden aankaarten of zaken ter discussie stellen.”

Marktdagen

Communicatie is – zoals zo vaak – het sleutelwoord. “Beide partijen moeten elkaar vaker opzoeken en in een open discussie mogelijke knelpunten bespreken,” benadrukt Bakker. “De Marktdagen Aanbesteden zijn daarvoor bij uitstek geschikt.” Deze worden al een aantal jaren op verschillende plaatsen in het land gehouden. Vaak is MKB-Nederland (mede-)organisator. “De bijeenkomsten worden goed bezocht; meestal zijn 150 tot 200 ondernemers en vertegenwoordigers van aanbestedende partijen aanwezig. In een informele setting wisselen zij ervaringen uit. Dat kan als katalysator dienen voor het aanbestedingsproces.” Op 10 november aanstaande is er weer een Marktdag voor de provincie Utrecht.

Maatschappelijk betrokken

Het juridische karakter van de Aanbestedingswet is versterkt. “Alles moet gemotiveerd worden. Dat kan voor een drempel zorgen, maar biedt tegelijkertijd kansen voor bedrijven die deze extra inspanning voor lief nemen. Andere aanpassing: inschrijven op een aanbesteding kan nu digitaal. Per 1 juli volgend jaar wordt dit zelfs verplicht.” Positief is volgens Bakker dat de gewijzigde Aanbestedingswet meer ruimte biedt voor interpretatie. “Voorheen gold bij een bepaald

drempelbedrag een vaste aanbestedingswijze waar onder geen beding van afgeweken mocht worden. Mits goed gemotiveerd, is dat nu wel mogelijk.” In de praktijk komt het regelmatig voor dat grote opdrachten worden “opgeknipt” om de richtlijnen voor hogere bedragen te omzeilen. “Wat ons betreft geldt ook hier: als het goed gemotiveerd is, hoeft dit geen bezwaar te zijn. Het kan ervoor zorgen dat het lokale bedrijfsleven meer kansen krijgt en bepaalde opdrachten niet altijd aan hele grote spelers worden gegund.” Bakker benadrukt dat een aanbesteding te allen tijde

“Marktdagen zijn katalysator voor het aanbestedingsproces.”

volledig transparant dient te zijn. “Uiteraard moet de beste winnen. Maar lokale bedrijven hebben vaak veel impact in een gemeente of regio. Als werkgever en door hun maatschappelijke betrokkenheid. Daarom is het goed dat zij de kans krijgen om mee te dingen naar een opdracht.”

TIPS VOOR BEDRIJVEN

- * Verdiep je in de aanbestedingswetgeving.
- * Wees proactief; zorg dat publieke opdrachtgevers je weten te vinden.
- * Zoek samenwerking om grote opdrachten binnen te halen.

Geen koudwatervrees

Een van de doelstellingen van de nieuwe Aanbestedingswet is om innovatie te bevorderen. Ondernemers en aanbestedende diensten kunnen afspreken om samen onderzoek en ontwikkeling te starten. Daarna kan de aanbesteder een uit zo’n partnerschap voortkomende innovatie aanschaffen zonder dat een nieuwe aanbesteding nodig is. Een goede zaak, vindt Bakker. “In het verlengde hiervan is het ook belangrijk dat aanbesteders een opdracht niet helemaal dichttimmeren.

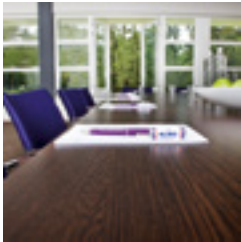
Vaak is sprake van koudwatervrees, maar die is nergens voor nodig. Ondernemers spelen immers een cruciale rol bij vernieuwing. Door een aanbestedingsvraag ruim te formuleren, krijgen zij de gelegenheid om hun ervaring en kennis optimaal in te zetten. Dat kan leiden tot verrassende innovaties en daar plukt iedereen de vruchten van.” ■



nice to meet!

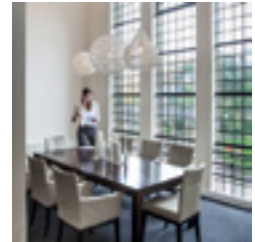
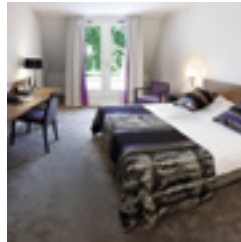
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

Woudschoten Hotel & 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

NIEUW SINDS 1896



STAM OPEL EN NEFKENS OPEL GAAN VERDER ALS HENRI & HERMAN



€50,- KORTING OP ONDERHOUD

Download op www.henriherman.nl onze werkplaatsvoucher en ontvang €50,- korting op uw eerst volgende onderhoudsbeurt. Downloaden en reserveren kan tot 1 oktober.



VERGEET HENRI OF HERMAN NIET!

Voor elke Henri en/of Herman wassen wij, terwijl u geniet van een bak koffie, z'n auto.



CASCADA



MOKKA X



ASTRA SPORTS TOURER

Amersfoort

Bilthoven

Nieuwegein

Utrecht

www.henriherman.nl



OPELDEALER
HENRI & HERMAN

Amersfoort
Bilthoven
Nieuwegein
Utrecht

Amsterdamseweg 151
C. de Haasweg 88
Parkerbaan 12
Meijewetering 1

Tel. (033) 422 44 44
Tel. (030) 264 34 34
Tel. (030) 604 78 20
Tel. (030) 241 15 15

Loonkosten jongeren nemen toe door verlaging leeftijdsgrens wettelijk minimumloon

De leeftijdsgrens waarop het wettelijk minimumloon ingaat wordt naar verwachting verlaagd. Momenteel geldt het wettelijk minimumloon vanaf 23 jaar. Minister Asscher heeft aangekondigd dat het wettelijk minimumloon vanaf 22 jaar zal gelden in 2017 en vanaf 21 jaar in 2019, tenzij zich in de tussentijd aanzienlijke negatieve effecten op de werkgelegenheid van jongeren voordoen. Het kabinet wenst met de aanpassingen de inkomenspositie van werkzame jongeren te versterken. Voor werkgevers heeft de wijziging echter een forse stijging van de loonkosten tot gevolg.

Nederland is in internationaal opzicht één van de weinige landen met een lager wettelijk minimum(jeugd)loon voor jongeren tot 23 jaar. Tegelijkertijd heeft Nederland volgens het kabinet een relatief lage jeugdwerkloosheid en een relatief hoge arbeidsparticipatie onder jongeren.

Het wettelijk minimumjeugdloon is al jarenlang onderwerp van discussie in de comités van de Raad van Europa die toezien op de naleving van het Europees Sociaal Handvest (ESH) omdat het Nederlandse stelsel van minimumjeugdlonen strijdig zou zijn met het ESH. Zo zou het wettelijk minimumjeugdloon onder meer niet in lijn zijn met het beginsel dat voor gelijke werkzaamheden een gelijk loon betaald moet worden.

Volgens minister Asscher sluit de leeftijd van 21 jaar beter aan bij de internationale praktijk en komt deze leeftijd ook beter overeen met de



mr Emma van Dijk
Van Benthem & Keulen
Advocaten & Notariaat
emmavandijk@vbk.nl

leeftijd waarop jongeren na scholing de arbeidsmarkt betreden. Daarnaast geeft minister Asscher aan dat er een tendens bestaat om beloning te baseren op ervaring en opleiding in plaats van op leeftijd. Ook in enkele cao's zijn sinds 2015 de jeugdlonen afgeschaft en is de vakvolwassen leeftijd verlaagd.

Werkgevers dienen zich bewust te zijn van de (verstrekken) gevolgen van de voorgenomen wetswijziging. Werkgevers zijn in de toekomst aan jongeren van 21 en 22 jaar hetzelfde wettelijk minimumloon verschuldigd als aan oudere werknemers met (waarschijnlijk) meer werkervaring. Voor werkgevers

kan het dus minder aantrekkelijk worden om jongeren van 21 en 22 jaar in dienst te nemen. Om het verschil in loonkosten tussen jongeren onder en boven de 21 jaar enigszins te verminderen is het kabinet evenwel voornemens om het wettelijk minimumjeugdloon te verhogen voor jongeren van 18 tot en met 20 jaar. Ook dit heeft dus een stijging van de loonkosten tot gevolg.

Het versterken van de inkomenspositie van jongeren staat op gespannen voet met de arbeidsmarktpositie en scholingsdeelname van jongeren. Om die reden zal er op het verhoogde wettelijk minimumjeugdloon een uitzondering gemaakt worden voor de leerwerkplekken in de beroepsbegeleidende leerweg in het mbo. Ook de invoering van het lage-inkomensvoordeel (LIV) per 1 januari 2017 moet het negatieve werkgelegenheidseffect voor jongeren beperken. Het LIV maakt het door de financiële bijdrage namelijk voordeliger voor werkgevers om werknemers met een inkomen tussen de 100% en 120% van het wettelijk minimumloon in dienst te nemen. Jongeren onder de 21 jaar, die nog geen 100% van het wettelijk minimumloon verdienen, vallen niet onder het bereik van het LIV.

De ingangsdatum van de voorgenomen aanpassing van de Wet minimumloon en minimumvakantiebijslag is nog niet definitief. Naar verwachting geldt het wettelijk minimumloon vanaf 22 jaar in 2017. Op basis van de effecten op de werkgelegenheid van jongeren zal vervolgens bepaald worden of de leeftijdsgrens in 2019 verder verlaagd wordt.



Midden-Nederland logistieke hotspot?

Regio kansrijk als nationale hub

Nederland neemt op het gebied van logistiek en distributie wereldwijd een prominente positie in. Belangrijke rol is daarbij weggelegd voor Schiphol en de Rotterdamse haven. Ook de as Brabant-Venlo kenmerkt zich door veel logistieke bedrijvigheid. Heeft Midden-Nederland de potentie om zich te ontwikkelen tot vierde logistieke hotspot?

Op de ranglijst van hotspots die het vakblad Logistiek jaarlijks opstelt, neemt Midden-Nederland (Utrecht, Nieuwegein en Vianen) in 2016 een bescheiden 11^e plaats in. Venlo-Venray staat – zoals meestal de afgelopen jaren – op nummer 1. Toch is de positie van deze regio hoopgevend. In de vorige editie kwam Midden-Nederland niet eens voor in de top 20.

Last mile

Krijgt deze opmars een vervolg? Nieuwsblad Transport constateerde vorig jaar dat Utrecht in elk geval over alles beschikt wat een logistieke hotspot nodig heeft. Zoals de centrale ligging en de

infrastructuur van zowel wegen, water (denk aan de Port of Utrecht op Lage Weide) als spoor, met Schiphol op slechts geringe afstand. Mark van Bochoven, directeur bij DTZ Zadelhoff meldde in het betreffende artikel dat Utrechtse bestuurders tot nu toe niet echt inzetten op een logistiek profiel. “Veel meer richten ze zich juist op consultancy, ICT en banking. Dat past ook bij een hoogopgeleide bevolking.” Kansen zijn er zeker, meldt Hans van Reek (eveneens directeur bij DTZ Zadelhoff) in hetzelfde verhaal. “Niet voor megadistributiecentra, maar juist voor stedelijke distributie en last mile transport kan Utrecht belangrijk gaan worden als nationale hub.”

Marktleider

Een innovatief voorbeeld van stedelijk transport is PS Nachtdistributie in Vianen. Maar weinigen weten wat zich afspeelt in het 's nachts opvallend blauw verlichte pand aan de A27. “Als iedereen slaapt, leveren wij af,” zegt directeur Ad de Jong in het U10 Magazine, een gezamenlijke uitgave van tien Utrechtse gemeenten naar aanleiding van de vastgoedbeurs Provada. PS heeft ook een vestiging in Veldhoven en werkt voor tal van sectoren; van tandtechnische laboratoria, banken en servicemonteurs tot retailbedrijven. Met 8.000 ophaal- en afleveradressen is het bedrijf marktleider in de Benelux.

Winkelstraten onbereikbaar

Om concurrerend te kunnen opereren, is een centrale locatie essentieel voor PS. “Uit onderzoek bleek dat het zuidelijk deel van de regio Utrecht de beste optie was,” meldt De Jong in het U10 Magazine. Na enige tijd in Nieuwegein te zijn gevestigd, liet PS drie jaar geleden nieuw bouwen in Vianen. “Een perfecte zichtlocatie; binnen een paar minuten zitten onze chauffeurs op de snelweg.” De Jong verwacht een verdere versnelling van de groei. “Overdag is er op veel wegen amper door te komen en zijn winkelstraten vrijwel onbereikbaar. ’s Nachts heb je die problemen niet. Er is een toenemende vraag naar snelle levering en daar kunnen wij voor zorgen. Ook de sterke groei van e-commerce speelt ons in de kaart. Niet voor niets liggen de tekeningen voor uitbreiding van dit pand al klaar.”

Enorme vlucht

Prologis is wereldwijd marktleider in logistiek vastgoed. Country Manager Benelux Bram Verhoeven ziet de groeiende digitale economie als gunstige ontwikkeling voor Midden-Nederland. “E-commerce neemt een enorme vlucht. Daar gaat de regio Utrecht bovengemiddeld van profiteren,” aldus Verhoeven in het U10 Magazine.

In de regio Utrecht bezit Prologis distributiecentra in Lage Weide en op bedrijventpark Het Klooster in Nieuwegein. Daar kocht het bedrijf vorig jaar het XPO-versentrum van Albert Heijn aan. “Als wij geloven in een locatie, blijven we er langere tijd actief. Ook is de ambitie om onze footprint te vergroten. Daarom zijn we alert op mogelijke uitbreiding. In Lage Weide gaat het dan om transformatie van bestaande gebouwen, Het Klooster biedt als nieuwbouwlocatie volop mogelijkheden.”

Duurzaam distributiecentrum

Op de Provada tekende Prologis een overeenkomst voor aankoop van een perceel bouwgrond van ruim 32.000 m² op Het Klooster. Daar realiseert het bedrijf een distributiecentrum voor een grote, internationale logistieke dienstverlener. Deze ontwikkeling krijgt de kwalificatie “zeer goed” volgens het BREEAM-NL keurmerk voor duurzaamheidsprestatie.

De oplevering is gepland in het tweede kwartaal van 2017. Met dit nieuwe distributiecentrum heeft Prologis in de regio Utrecht meer dan 100.000 m² logistiek vastgoed in portefeuille. Johan Gadella, de Nieuwegeinse wethouder Economische Zaken is content met de uitbreiding van Prologis op Het Klooster. “Het is illustratief voor een trend die wij al eerder zagen dat steeds meer bedrijven, retailers en e-tailers ervoor kiezen om hun nationale distributie vanuit onze regio te organiseren.”

Snel schakelen

De logistieke markt is buitengewoon dynamisch. “Een nieuw distributiecentrum moet in korte tijd operationeel kunnen zijn,” stelt Verhoeven in het U10 Magazine. “Dat vereist gemeenten die snel schakelen. Onze ervaringen met Nieuwegein zijn bijzonder positief. De gemeente opereert proactief en stelt zich ondernemend op. Er is echt sprake van partnership.” Ook Ad de Jong van PS Nachtdistributie is te spreken over de contacten met de lokale overheid. “De lijnen in Vianen zijn kort. Van bedrijfscontactfunctionaris tot wethouder, iedereen denkt mee.”

Groen en slim

De positieve ervaringen van logistieke bedrijven stemmen hoopvol als het gaat om het toekomstperspectief van Midden-Nederland. Niet voor niets is medewerking van de overheid een van de criteria bij de jaarlijkse hotspotverkiezing. Andere graadmeters zijn de aanwezigheid van infrastructuur, de bereikbaarheid van logistieke knooppunten, de beschikbaarheid van grond en panden plus inzetbaarheid en motivatie van personeel. De benchmark voor Midden-Nederland biedt voldoende aanknopingspunten voor een prominente positie als nationale hub. Alle aanleiding om het logistieke profiel van de regio nog nadrukkelijker voor het voetlicht te brengen. En wellicht ook extra ruimte te creëren. Logistieke bedrijvigheid zorgt immers voor meer diversiteit van de werkgelegenheid. En door te focussen op groene en slimme logistieke oplossingen kan de regio haar gemeenschappelijk geformuleerde profiel verder versterken. ■



LUCHTVRACHT, MAAR DAN ANDERS

Voor pakketbezorgers en webwinkels vormen drones een lonkend perspectief. Wellicht niet direct in het drukke Midden-Nederland, maar voor dunbevolkte gebieden kan deze nieuwe vorm van luchtvracht een uitkomst zijn. En wat te denken van eilanden en het hooggebergte? Bedrijven als Amazon, Google en DHL zijn druk aan het testen met droneleveringen. Autoconcern Mercedes-Benz investeert miljoenen in de ontwikkeling van een busje met bezorgdrones op het dak. Die moeten het laatste deel van de bezorging voor hun rekening nemen.

Value added logistics in de praktijk

Ontzorgen met de menselijke maat

Logistieke bedrijven voeren steeds meer taken uit. Zij onderscheiden zich met value added logistics; brede dienstverlening, per klant op maat ingericht. De activiteiten van het Montfoortse Today's Logistics voor StyleShoots zijn illustratief voor deze trend. "Het gemeenschappelijke belang is de kern van onze samenwerking."

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT



*Maurits Teunissen en Bart Schreurs:
vertrouwen dat het goed komt.*

De wortels van Today's Logistics liggen in de tijdschriften- en boekenbranche, als voormalige dochter van VNU - nu Sanoma. "Al is dat lang geleden, we zijn nog altijd actief voor het concern," vertelt Today's-directeur Bart Schreurs. "De volledige webshoplogistiek van losse tijdschriften van Sanoma wordt hier verzorgd, net als de fulfilment van hun Zwanger- en BabyBox." Daarnaast werkt Today's voor tal van andere klanten; van wijnshop tot matrassenleverancier, van boekenuitgever tot producent van geavanceerde fotoapparatuur.

Toegevoegde waarde

Sec opslag en/of transport komt voor maar wordt steeds zeldzamer bij de inzet van Today's voor haar klanten. "Onze toege-

"Internetcontent moet aantrekkelijk, consistent en voorspelbaar zijn."

voegde waarde zit in value added logistics; brede dienstverlening op maat." Vanuit een warehouse van 10.000 m² in Montfoort verzorgt Today's een uitgebreid scala aan activiteiten: fulfilment zoals inpakken, sealen en etiketteren; de complete operationele afhandeling van webshops, van voorraadbeheer tot retourverwerking; assemblage, monteren en installeren; de productie van communicatiemiddelen en ondersteuning bij evenementen. "Vaak begint een opdrachtgever met één onderdeel en wordt de samenwerking later op basis van hun behoefte verder uitgebreid."

Persoonlijke aanpak

Logistieke processen zijn grotendeels geautomatiseerd en gedigitaliseerd. "Gedurende het hele traject delen wij relevante informatie met onze klanten. Zij hebben altijd inzicht in de actuele status. Maar dat maakt ons niet onderscheidend; opdrachtgevers verwachten niet anders." De echte meerwaarde van Today's zit in de persoonlijke component. "Denk aan het overbrengen van de tone of voice van de opdrachtgever," zegt Schreurs. "Bijvoorbeeld een belletje met de klant om de levering af te stemmen, in plaats van het via internet

doorgeven van hun voorkeur. Ook zijn onze chauffeurs gewoon telefonisch bereikbaar en zitten niet verscholen achter een anoniem callcenter. Het lijken misschien details, maar deze persoonlijke benadering maakt het verschil bij de beleving van de consument. Het zorgt ervoor dat opdrachtgevers kunnen rekenen op hoge klanttevredenheid en positieve reviews."

Innovatieve fotomachine

Schreurs ervaart een toenemende behoefte aan ontzorging met de menselijke maat zoals Today's die in de praktijk brengt. "Klanten die onze werkwijze ervaren, geven vaak steeds meer uit handen. Zij vertrouwen erop dat het goed komt." Dit geldt zeker voor StyleShoots. Het Nederlandse bedrijf ontwikkelde een prijswinnende innovatie voor kledingmerken en (web)winkels die hun collectie willen fotograferen. "In plaats van een kostbare studio volstaat één apparaat. Eenvoudig te bedienen met een iPad en razendsnel," zegt StyleShoots-CEO Maurits Teunissen. "Binnen 60 seconden wordt een kledingstuk professioneel gefotografeerd en zijn alle metadata vastgelegd. Nabewerking is niet nodig; het product kan zo het web op." Deze state of the art fotomachines zijn een uitkomst voor merken zoals Marks & Spencer, ASDA, Kaufhof, Gerry Weber of

"Klanten die onze werkwijze ervaren, geven vaak steeds meer uit handen. Zij vertrouwen erop dat het goed komt."

voor webshops als Zalando. "Ons product faciliteert de gouden regel voor internetcontent; die moet aantrekkelijk, consistent en voorspelbaar zijn. Snelheid is een ander cruciaal element. Klanten opereren in een competitieve markt waar grote aantallen met een korte levensduur omgaan. Als je een nieuw product een week eerder op je site aanbiedt, kan dat honderdduizenden euro's omzet schelen. Voor die voorsprong zorgen wij."

De fotomachines van StyleShoots worden wereldwijd verkocht. "Sinds de start vijf


jaar geleden zijn we explosief gegroeid. Amper 5% van de omzet komt uit Nederland. Duitsland, China en de VS zijn groeiemarkten maar ook elders timmeren we aan de weg. Er zijn al showrooms in dertien landen. De potentie van deze fotomachines is enorm."

Verlengstuk

De samenwerking tussen StyleShoots en Today's startte met het transport van een van de allereerste fotomachines. Teunissen: "Today's is mede-bedenker van de speciale flightcase waarmee onze kostbare machines veilig worden vervoerd. Met het groeiende vertrouwen in de professionaliteit is hun inzet steeds verder uitgebreid; in volume en in dienstverlening. Medewerkers van Today's regelen niet alleen wereldwijd het transport maar verzorgen on site de installatie, voeren kwaliteitscontroles uit én geven ter plekke een zogenaamde sign off training. Zij zijn met recht ons verlengstuk en visitekaartje bij de klant."

Belangrijke demonstratie

De afgelopen jaren heeft Today's honderden machines van StyleShoots naar volle tevredenheid over de hele wereld geïnstalleerd. "Als je actief bent in exotische landen of bij grote internationale vakbeurzen, kom je wel eens voor onverwachte problemen te staan. Zoals toen vlak voor een belangrijke demonstratie in New York een glasplaat beschadigd werd door een externe partij. Ook in zo'n geval komt Today's – om 11 uur 's avonds Nederlandse tijd – met een oplossing en werd de volgende ochtend een nieuw onderdeel ingevlogen. Iedereen binnen hun organisatie straalt uit dat we een gemeenschappelijk belang hebben. Dat is de kern van onze succesvolle samenwerking." ■



Vooruit dankzij Ondernemerskracht en Creativiteit

Het herstel van de economie lijkt nog niet van structurele aard te zijn. Feit is wel dat er kansen genoeg zijn om met name de export (weer) op een hoger niveau te brengen. We hebben immers niet alleen de kennis, maar ook de producten en de diensten die in het buitenland zeer gewaardeerd worden.

MINDER BEKENDE NEDERLANDSE UITVINDINGEN

Dat Nederland over Ondernemerskracht en Creativiteit beschikt, blijkt wel uit de ontdekkingen die hier in de afgelopen eeuwen zijn gedaan. Diverse uitvindingen op het gebied van gezondheid, agri-cultuur, wegtransport, elektronica en gezondheid kennen hun oorsprong in Nederland.

Moderne kwikthermometer met temperatuurschaal

Rond 1714 ontwikkelde de Duits-Nederlandse wetenschapper Daniel Gabriel Fahrenheit (1686-1736) in Amsterdam de kwikthermometer. Daarvoor gebruikte hij een door hemzelf ontwikkelde temperatuurschaal dat het eerste wereldwijd gebruikte systeem ter wereld werd. Tegen het einde van de twintigste eeuw waren de meeste landen inmiddels overgegaan op de gangbare Celsius-schaal. Tegenwoordig is Fahrenheit in Jamaica, De Kaaiman Eilanden, de Bahamas, Palau en de Verenigde Staten nog altijd de officiële temperatuurschaal. Canada gebruikt de Fahrenheit schaal als een aanvullend systeem dat naast de Celsius-schaal wordt gebruikt.

Planetarium

Amateur astronoom Eise Eisinga (1744-1828) legde in 1781 de laatste hand aan zijn eigen planetarium in zijn woning in Franeker, Friesland. In zijn woonkamer bouwde hij in het plafond een werkend schaalmodel van het zonnestelsel met een uurwerk dat de toen bekende planeten Mercurius, Venus, aarde, Mars, Jupiter en Saturnus regelde. Toen het planetarium eindelijk af was, werd in 1781 de planeet Uranus ontdekt, maar daarvoor was in het plafond helaas geen plaats meer. Het schaalmodel bestaat nog steeds en is het oudste, nog werkende planetarium ter wereld.

Flitspaal

De flitspaal is een uitvinding van de Nederlander Maurice Gatsonides (1911-1998), rallyrijder en winnaar van de rally van Monte Carlo in 1953. De eerste snelheidsmeter was een zogenaamde Gatsometer. Dit apparaat was verbonden aan twee rubberen slangetjes die dwars over de weg lagen. Een chronometer begon te lopen zodra het eerste slangetje door de voorwielen van een voertuig werd geraakt. De meter stopte weer wanneer de voorwielen het tweede slangetje raakten. Uit dit tijdsverloop werd de snelheid van het voertuig berekend. De uitvinding bleek in de autosport een ideale methode te zijn om de gemiddelde snelheid op het racecircuit te monitoren. In 1958 richtte Gatsonides het bedrijf Gatsometer op om de apparaten te produceren. De eerste roodlichtcamera's in Nederland werden in 1966 geplaatst. In de loop de tijd werd de techniek verbeterd met als resultaat de introductie van een nieuwe versie die met lussen werkte in 1971. Na de eerste snelheidscontrole met radar in 1980 werd er twee jaar later voor het eerst 'geflitst' met een mobiel apparaat dat naast de snelweg kon worden opgesteld. In 1988 volgde de gecombi-

Op dit moment maken veel mensen en groeperingen zich druk over het TTIP-verdrag dat we al of niet met de Verenigde Staten gaan sluiten. De voorstanders roepen dat dit wel 2% meer groei kan betekenen voor onze nog steeds kwakkelende economie, anderen zijn mordicus tegen dat verdrag omdat het de (Europese) markt open zou zetten voor allerlei ongewenste praktijken en producten, zoals genetisch gemodificeerd voedsel en de mogelijkheid voor multinationals om landen aan te klagen indien hun regelgeving als te streng wordt geacht.

Een ander heet hangijzer zijn de spanningen binnen de Europese Unie. Nu Groot-Brittannië de EU heeft verlaten, heeft dit de nodige gevolgen voor de handel met het Verenigd Koninkrijk. Zo ontstaan er de nodige barrières zoals wederzijdse importheffingen. Deze zouden eventueel kunnen worden afgewend, bijvoorbeeld doordat Groot-Brittannië lid wordt van de Economic Free Trade Area (EFTA). Maar de ervaringen leert dat handelsbelemmeringen tussen EU-lidstaten sneller worden afgebouwd dan belemmeringen tussen EU en Oeso-landen. Wat betreft de import leiden de handelsbelemmeringen tot hogere prijzen voor Britse goederen voor Nederlandse consumenten en producenten. Daarnaast kan er een minder breed palet aan goederen ontstaan om uit te kiezen.

Ook politieke spelletjes hebben nadelige invloeden op de economieën, denk maar aan de boycot van Rusland op ons fruit: daar zouden ineens beestjes in zitten. Gevolg was dat de export naar dat land stagneerde, met grote financiële gevolgen voor de telers hier te lande. Wereldwijd zijn er ook genoeg problemen: de economieën in de zogeheten BRIC-landen (Brazilië, Rusland, India, China) blijken ook niet meer zo snel te groeien, al heeft dat niet zoveel invloed op onze eigen welvaart.

Handelsgeest

Ondanks deze tegenvallende economische ontwikkelingen zijn er ook genoeg stabiele handelspartners waar de economie minder klappen heeft gehad, zoals buurland Duitsland. Vele ondernemers in de grensstreek hebben succesvol de stap naar dit buurland gemaakt, al is daar wel veel

geduld, voorbereiding en een goed begrip van de culturele verschillen voor nodig. En als een internationale boycot tegen een land eenmaal wordt opgeheven, zijn wij vaak de eersten die daar weer handelsbetrekkingen mee aanknopen. Zo is minister Henk Kamp begin mei met een grote handelsdelegatie van 45 bedrijven naar Iran geweest, om weer contracten te kunnen afsluiten voor leveringen door Nederlandse ondernemingen. Ook ons koningshuis wordt regelmatig ingeschakeld om internationale contacten op handelsgebied te leggen of te intensiveren: op zijn reizen wordt Willem-Alexander vaak vergezeld van een grote handelsmissie. Het zou te ver gaan om te term koning-koopman weer van stal te halen, maar feit is dat onze vorst een belangrijke rol speelt in het promoten van ons (en zijn) land.

Andere manieren

De internationale ontwikkelingen nopen ons echter regelmatig om onze handelsactiviteiten op te schorten, of andere manieren te vinden om toch een rol van betekenis te kunnen (blijven) spelen op het internationale handelsplatform. Het talent om innovatief te zijn, speelt daarin een belangrijke rol. Als gevolg van de invloed vanuit de lagelonenlanden heeft onze maakindustrie forse klappen opgelopen: topkwaliteit werd minder belangrijk dan de prijs. De laatste jaren is het besef echter doorgedrongen dat we die maakindustrie nieuwe impulsen moeten geven, en wel door innovatief te zijn. Een mooi voorbeeld hiervan is Smart Industry: de inzet en het combineren van de allernieuwste technieken op het gebied van digitalisering, informatieoverdracht en productie om de maakindustrie efficiënter, hoogwaardiger, flexibeler, duurzamer, goedkoper en daarmee concurrerend te maken. Ook andere sectoren zoals de dienstverlening kunnen van de ontwikkelingen binnen Smart Industry profiteren. De Achterhoek profileert zich met de slogan 'Toekomst in de maak' als koploper binnen de innovatieve maakindustrie en andere sectoren. De Regiegroep Smart Industry zal dit verder gaan uitdragen en bestaat uit Lovink Industries, Goma, Kaak Nederland, BensenReuling, VNO-NCW Achterhoek, Virupa Visual Solutions, Achterhoeks Centrum voor Technologie,

VAN DORT WIJNSPECIALIST



Unieke Wijnkelder dat zich uitstekend leent voor bedrijfsuitjes zoals proeverijen en wijn & spijs avond.

Uw Partner voor Eindejaarsgeschenken!
Ontdek al onze mogelijkheden.



Kom onze bijzondere wijnen proeven:
Wijnbeurs: 29 & 30 Oktober
Restaurant de Engel - Houten



Wijn & spijs avond op de
Plein 8 - Oude Dorp - Houten



Plein 8 - Oude Dorp - Houten

www.vandort-wijnspecialist.nl

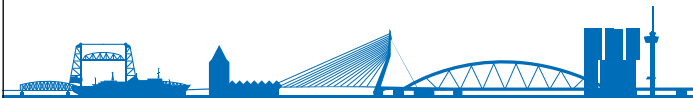
Lean&Duurzaam



vandenpol.com

Business Software voor het MKB

*Van financiële administratie
tot totale ERP-oplossing*



KING
BUSINESS SOFTWARE

Een nieuwe kijk op uw business

king.eu

Kerstpakket?

Leukste-
kerstpakketten.nl

Communikaatie
Marketing & communicatie
Relatie- & kerstgeschenken



neerde roodlicht-snelheidscontrolecamera. Sinds de jaren 90 maakt de digitale snelheidscamera haar opmars. Nederland telt inmiddels meer dan 1400 flitspalen en de technologie is verkocht aan meer dan 60 landen (in Engeland wordt de flitspaal vaak 'Gatso Camera' genoemd). Hiermee is de flitspaal een van de succesvolste én meest gehate uitvindingen uit Nederland.

Bluetooth en Wifi

De techniek achter Bluetooth, een draadloze verbinding tussen apparaten op korte afstand, werd ontwikkeld door de Nederlander Jaap Haartsen. Haartsen was destijds in dienst bij het Zweedse bedrijf Ericsson dat in 1994 zocht naar een goedkope manier om via een radioverbinding communicatie tot stand te brengen tussen mobiele telefoons en andere apparaten met als doel om allerlei kabels tussen mobiele telefoons en pc-cards, koptelefoons, desktopapparaten en cetera overbodig te maken. Vier jaar eerder werd in Nieuwegein onder leiding van de Nederlandse electrical engineer Vic Hayes in opdracht van de Amerikaanse bedrijven NCR Corporation/AT&T Corporation de voorloper van het draadloos internet (802.11) uitgevonden. Hayes gaf 10 jaar lang leiding aan het team dat de eerste draadloze internationale standaard IEEE 802.11 uitvond in 1997.

Tv-formats

De tv-formats van Nederlandse productiebedrijven maken sinds een aantal jaren een enorme bloeiperiode door. Zo verkocht Talpa het format voor The Voice aan meerdere landen en kan dit programma samen met het format Big Brother van productie-maatschappij Endemol als de publiekstrekking van nu worden beschouwd. Andere succesvolle formats van Talpa zijn Bonje met de Buren dat in Frankrijk onder de titel On ne choisit pas ses voisins wordt uitgezonden. De show De Jongens tegen de Meisjes kent in Duitsland succes, terwijl de internationale versies van de quiz Ik Hou van Holland het in meerdere landen goed blijven doen. Endemol behaalt ook succes met het format The Money Drop. In Nederland was het programma geen kijkcijferkanon, maar wereldwijd is de quiz wel in 35 andere landen te zien. De productiemaatschappij Eyeworks doet het erg goed in Denemarken. De hypnoseshow Ik weet wat je deed trok daar als I Know what you did last friday hoge kijkcijfers. De show Echte Meisjes in de Jungle, waarin meisjes die eerder meededen aan andere realityprogramma's naar de jungle worden gestuurd, versloeg zelfs de Deense versie van Expeditie Robinson. Ten slotte is er nog Toren C van Blazhowski, dat in Frankrijk onder de naam WorkingGirls een groot succes op Canal+ was. De serie trok bijna een miljoen kijkers en deed het beter dan de destijds eveneens uitgezonden Amerikaanse tv-series Nurse Jackie en Damages.



CIVON, Graafschap College, ICER en Regio Achterhoek.

Export

Op sommige gebieden heeft onze export flinke klappen gehad, maar andere gebieden vertonen daarentegen groei: zo hebben we vorig jaar een record hoeveelheid aardolieproducten verhandeld (benzine, diesel, stookolie), en een record hoeveelheid varkensvlees uitgevoerd (ter waarde van € 1,7 miljard). De Rotterdamse haven behoort nog steeds tot de grootste ter wereld, en de Tweede Maasvlakte biedt weer ruimte voor verdere ontwikkeling. Onze innovatieve talenten en creativiteit bieden weer geheel nieuwe kansen op gebieden die soms enkele jaren geleden nog niet eens bestonden. Denk aan de al genoemde robotica, maar ook aan het ontwikkelen van computergames, om maar een voorbeeld te noemen. Rondom

de Wageningen Universiteit en Research center (WUR) is de FoodValley ontstaan, wereldwijd toonaangevend op het gebied van voedselonderzoek; rondom Arnhem en Nijmegen is de Health Valley ontstaan, wereldwijd toonaangevend op het gebied van Life Sciences; rondom de TU Delft is RoboValley gesticht, de hub voor innovaties op het gebied van robotica. En zo zijn er nog wel meer voorbeelden te noemen van branches en industrieën waarop ons kleine landje heel groot is (geworden).

Kansen genoeg dus, en dankzij onze creativiteit in combinatie met onze handelsgeest kunnen we die kansen ongetwijfeld verzilveren. Dat zou een nieuwe invulling kunnen zijn van de afkorting VOC: Vooruit dankzij Ondernemerskracht en Creativiteit. ■

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



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

JURIDISCHE DIENSTVERLENING

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

WIJ ZIJN U GRAAG VAN DIENST!



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

VAN BENTHEM & KEULEN
ADVOCATEN & NOTARIAAT

Techniek wordt alsmaar belangrijker. In ons dagelijks leven en in gebouwen. Niet alleen bij nieuwbouw, ook als het gaat om renovatie en verduurzaming. Als specialist is die ontwikkeling Verweij Elektrotechniek op het lijf geschreven. "Veranderen en vernieuwen zit ons in het bloed."



Primeur van het vernieuwde wagenpark in de Stadsschouwburg.

Verweij Elektrotechniek blijft vernieuwen

Partner in duurzaam innoveren

"Alles waar een draadje aan zit," vat directeur Roel van Stokkum het werkteerren van zijn bedrijf kernachtig samen. "AI is dat tegenwoordig ook steeds vaker draadloos." In woningbouw en industrie is Verweij niet actief; verder komen klanten uit tal van sectoren. In bijna zestig jaar is een hechte band opgebouwd met opdrachtgevers van naam en werd menig markant project gerealiseerd. Recente wapenfeiten: de renovatie van de Utrechtse Stadsschouwburg en kasteel Broekhuizen. "Dit landgoed is bekend als decor van Heel Holland Bakt. Binnenkort openen er een vijfsterrenhotel plus twee restaurants. Verweij is verantwoordelijk voor de state of the art voorzieningen van dit ambitieuze project. Domotica speelt daarbij een centrale rol."

Realistisch advies

"We zetten onze expertise graag breed in en gaan zo vroeg mogelijk met de eindgebruiker om tafel," benadrukt Van Stokkum. Duurzaamheid is dan vaak onderwerp van gesprek. "Zonnepanelen en ledverlichting zijn al bijna gemeengoed. Er komen steeds meer technische oplossingen die energie besparen." Klanten van Verweij kunnen rekenen op een realistisch advies. "We passen niet klakkeloos elke duurzame noviteit



Roel van Stokkum voor Kasteel Broekhuizen: landgoed met state of the art techniek.

toe maar kijken naar de specifieke situatie. Daarbij spelen zowel de beoogde toepassing, de levensduur als het beschikbare budget een rol. Uitgangspunt is altijd een optimale balans tussen kosten en baten."

Primeur in Stadsschouwburg

In 2017 bestaat Verweij zestig jaar. "Die historie zorgt voor een schat aan ervaring die we graag inzetten voor onze klanten. Maar we omschrijven ons niet voor niets als partner in duurzaam innoveren. Veranderen en vernieuwen zit hier in het bloed; het is een continu proces binnen dit bedrijf. Innovatie in kennis,

in technische oplossingen en materialen, bij onze interne processen, in de samenwerking met onze klanten en bouwpartners."

Om die vernieuwing te benadrukken, ondergingen de bedrijfswagens van Verweij een restyling. De gasten tijdens het relatie-event in de Stadsschouwburg hadden op 1 juni de primeur. Van Stokkum: "Met woord en beeld maakt ons wagenpark nu in één oogopslag duidelijk waar wij voor staan." ■

Voor meer informatie:

Verweij - T 030-288 65 13
info@veu.nl - www.veu.nl

Inhoud centraal bij UCK

Spil in Utrechtse communicatiebranche

De Utrechtse Communicatiekring is al ruim vier decennia een hooggewaardeerd netwerk. Met een achterban van ruim 430 regionale vakgenoten hebben bestuursleden Koen van Tankeren en Hans Scholten goed inzicht in de actuele ontwikkelingen: 'Utrecht bruist op communicatiegebied.'

TEKST HANS HAJÉE



De Utrechtse Communicatiekring (UCK) kan bogen op een groot aantal trouwe leden. "Drie mensen van het allereerste uur zijn nog altijd lid: Harry van Dam, Paul Horsmans en Karel Winkelaar," zegt voorzitter Koen van Tankeren, zelf al twintig jaar aan de UCK verbonden. "De programmacommissie speelt een centrale rol binnen ons netwerk. Zij zijn jaarlijks verantwoordelijk voor gemiddeld twintig bijeenkomsten. Die zijn vrijwel allemaal inhoudelijk van aard en vormen de kurk waarop de vereniging drijft." Sprekers uit de praktijk duiden trends en delen kennis in workshops, masterclasses en themasessies. "Er is veel interactie met de aanwezigen. Discussies zijn soms pittig. Dat zet leden op scherp en levert nieuwe inzichten op."

Meer specialisten

Bestuurslid Hans Scholten maakte rond 2000 ook al enkele jaren deel uit van het UCK-bestuur. "Destijds waren de uitnodigingen nog van papier, nu communiceren wij uitsluitend via digitale media. Maar ook toen al vormden inhoudelijke activiteiten de kern van de UCK. Onveranderd is eveneens de grote betrokkenheid van de leden bij het

vak en de stad. Wel is hun diversiteit aanzienlijk toegenomen. Vroeger waren vooral communicatieadviseurs lid, nu is dat veel breder: vormgevers, fotografen, digitale en sociale mediaexperts."

Een natuurlijk proces, aldus Van Tankeren. "Er zijn veel meer niches in ons vak, meer specialisten die flexibel worden ingezet. Zo is de markt ingericht en ons ledenbestand weerspiegelt dat." Is het communicatievak zo complex geworden dat generalisten verdwijnen? "Bureaus met alle disciplines onder één dak zijn zeldzaam. Wel blijven professionals nodig die klanten strategisch terzijde staan en het hele speelveld kunnen overzien."

Onmisbare schakel

Dat speelveld is door de digitalisering ingrijpend gewijzigd. Scholten: "Door tools als WebSTAT en Google Analytics is er steeds scherper inzicht in doelgroepen en hun gedrag. We weten precies wie wat leest, wie doorklikt en koopt. Die informatie maakt het mogelijk heel gericht te pinpointen op de benodigde acties." Maar alle techniek en data hebben de corebusiness van communicatiespecialisten niet

veranderd. "Wij zorgen er nog altijd voor dat de boodschap maximaal appelleert aan consumenten en andere stakeholders," stelt Van Tankeren. "Dat is en blijft ons vak."

Informatiecommissaris

Beide UCK-bestuursleden zien transparantie als een van de belangrijkste trends. "Het is in toenemende mate een vanzelfsprekendheid voor zowel publieke als commerciële organisaties," aldus Scholten. "Een platform als WikiLeaks maakt duidelijk dat de waarheid vroeg of laat boven tafel komt. Betrach daarom maximale openheid en wees vragen van media en consumenten voor."

Opmerkelijk initiatief in dit verband is de informatiecommissaris die de gemeente Utrecht recent benoemde. Een onafhankelijke ambtenaar die de openheid en openbaarheid van bestuur bevordert en bewaakt. In het buitenland bestaat zo'n functionaris al, voor ons land heeft Utrecht de primeur. Van Tankeren: "Voor bedrijven heeft de noodzaak tot transparantie nog een andere drijfveer. Waar overheden geen concurrenten hebben, kunnen consumenten bij reputatieschade zo overstappen naar een

andere aanbieder. De financiële gevolgen kunnen dan aanzienlijk zijn.”

Meer vacatures

Hoe heeft de UCK-achterban de afgelopen periode economisch doorstaan? “Al zijn er zeker leden die tegen de trend in gegroeid zijn, het merendeel heeft tijdens de crisis een jas uitgedaan,” weet de voorzitter. “Veel organisaties bezuinigden op communicatie; soms met de kaasschaaf, vaak ook rigoreus. Veel bureaus zijn nu lean and mean met een kleinere groep vaste medewerkers en een flexibele schil van specialisten die naar behoefte worden ingehuurd.”

De UCK monitort regionale communicatievacatures en deelt die met haar leden. “We merken dat de laatste tijd het aantal vacatures weer toeneemt. Maar opvallend is het aanzienlijke aantal stagevacatures. Desgevraagd geven opdrachtgevers toe dat het hierbij vaak gaat om functies die eerder door vaste medewerkers werden ingevuld. Bij die ontwikkeling plaatsen wij kanttekeningen.”

Tarief onder druk

Als gevolg van de crisis zijn ook de uurtarieven van communicatieadviseurs substantieel gedaald. “Inmiddels is een kritische ondergrens bereikt. Inkopers bij aanbestedingen zijn vaak dezelfde personen die tevens de paperclips aanschaffen. Gevolg is

TWEERICHTINGSVERKEER

De UCK bestaat 43 jaar en heeft nu 434 leden, vrijwel gelijk verdeeld over bedrijfsleven, overheid en bureaus/zzp'ers. “Het lidmaatschap is persoonlijk,” zegt Van Tankeren. “Daarmee benadrukken wij het belang van tweerichtingsverkeer. Uitgangspunt is dat leden niet alleen komen halen maar ook een bijdrage leveren. Dat kan een rol in de programmacommissie zijn of een actieve deelname aan de discussies.”

Meer informatie: www.communicatiekring.nl.

dat kwaliteit ondergeschikt is aan de prijs.” Een zorgelijke ontwikkeling waarvoor de UCK aandacht blijft vragen. “Het raakt niet alleen de economische situatie van de leden maar ook de kwaliteit van ons vak. Alle waar is naar zijn geld. Als communicatie-expertise jarenlang vooral op prijs wordt ingekocht, daalt onherroepelijk de kwaliteit. Dat kan leiden tot imagooverlies, minder klanten en vaak extra communicatie-inhuur achteraf om de boel te repareren.”

Bruisende stad


De dynamiek en het hoge ledenaantal van de UCK trekken ook landelijk aandacht. “Regelmatig informeren andere verenigingen naar de sleutels van het succes. Naast de inhoudelijke focus speelt onze thuisbasis Utrecht daarbij zeker een rol. De stad bruist op communicatiegebied. Interactieve bureaus als Greenberry, Born05 en Kaliber zijn landelijk toonaangevend en

bedienen zelfs internationale klanten.” Ook de gemeente loopt voorop. “Niet alleen met de eerdergenoemde informatiecommissaris, ook bij het monitoren van digitale ontwikkelingen,” weet Scholten. “Een team houdt de vinger aan de pols op sociale media en deelt die informatie dagelijks met de organisatie. Bestuurders en gemeentemedewerkers zijn daardoor niet alleen voorbereid op eventuele vragen maar kunnen ook proactief acteren.”

Opleidingen dragen eveneens bij aan Utrechts prominente positie als communicatiestad. Van Tankeren: “Hogeschool en Universiteit lopen voorop bij het ontwikkelen van kennis. Daar plukken het vak én onze vereniging de vruchten van. Niet voor niets zijn vertegenwoordigers van deze opleidingen graag geziene sprekers bij UCK-bijeenkomsten.” ■



UCK organiseert twintig bijeenkomsten per jaar.

A photograph of two men smiling and looking towards the camera. They are standing in front of a modern, curved glass and steel building. The man on the left is wearing a dark suit jacket over a light blue shirt. The man on the right is wearing a dark blue sweater over a white collared shirt and glasses. The background shows the building's facade with many windows and a clear blue sky.

Hoe reviews bijdragen aan je online reputatiemanagement

“Humor doet vaak al heel erg veel”

Stel, je hebt een mooi bedrijf waar je erg trots op bent. Ineens kom je op social media een negatieve uitlating van een klant tegen. Besluit je dit te negeren, met deze klant in discussie te gaan of probeer je het zo goed mogelijk op te lossen? Marco Kole en Robert Spakman van MeetingReview leggen uit hoe je reviews in je voordeel kan laten werken en ook meteen je online reputatiemanagement kunt optimaliseren.

Steeds meer mensen maken tegenwoordig gebruik van websites zoals Tripadvisor of IENS om hun mening over een hotel of restaurant kenbaar te maken. Potentiële gasten maken dankbaar gebruik van deze meningen bij het selecteren van een locatie. Nu zijn positieve reviews een leuke en goedkope vorm van PR, maar negatieve reviews kunnen je commercieel behoorlijk tegenwerken. Volgens Marco Kole is dat ook een van de redenen waarom sommige bedrijven, waaronder locaties, nog niet met reviews aan de slag willen. “In feite is het concept reviews al heel oud, alleen de manier om te bevragen is nieuw. Daarbij komt dat alles tegenwoordig transparant is en mensen gewoon hun mening online verkondigen. Vroeger kon je de uitslag van een klanttevredenheidsonderzoek gewoon in je la laten liggen, nu staat alles online en kan iedereen het zien. Dat houd je niet tegen.”

“Het grote voordeel van online reviews is dat je hele nuttige feedback krijgt die je kan gebruiken om je bedrijfsvoering te verbeteren”, vertelt Robert Spakman. “Als er bijvoorbeeld meerdere mensen klagen over je parkeergelegenheid, is het wellicht raadzaam om daar toch eens iets aan te doen. Daarmee verbeter je je gastvrijheid en door dit vervolgens online te publiceren laat je aan mensen zien dat je gegronde klachten van gasten serieus neemt.”

Reviews verzamelen

Bedrijven die met reviews aan de slag willen gaan, kunnen volgens Spakman en Kole heel eenvoudig beginnen bij hun eigen achterban. Spakman: “Let wel dat één keer per jaar een klanttevredenheidsonderzoek houden niet voldoende is. Het opvragen van reviews moet onderdeel uitmaken van je dagelijkse activiteiten. Je kunt starten door bijvoorbeeld elke maand een deel van je vaste klanten te vragen om je te beoordelen en hen een jaar later weer benaderen. Dit kan heel eenvoudig door een iPad of laptop ter beschikking te stellen waarop mensen bijvoorbeeld na afloop van hun bezoek of afspraak hun review kunnen invoeren, of door een kaartje met een oproep bij de receptie of in de wachtruimte te leggen. Er zijn inmiddels ook heel veel online tools ontwikkeld om reviews te verzamelen.”

“Benadruk daarbij dat je het belangrijk vindt dat zij hun eerlijke mening geven”, geeft Kole aan. “Met name je vaste, tevreden klanten kunnen een betrouwbare review geven. Op die manier kan je de maandelijkse stroom aan reviews op gang brengen. Hierdoor worden je vaste klanten je ambassadeurs die online je bedrijf gaan promoten. Overigens is het aantal mensen dat een negatieve review schrijft laag, dat geldt voor alle reviewsites wereldwijd. En als een review echt niet goed is en de aangekaarte problemen door meerdere mensen worden onderstreept, is dat gewoon een punt waar je hoognodig mee aan de slag moet.” “Daarnaast is het verstandig om je niet op één platform te concentreren, maar je reviews op meerdere plekken te tonen, bijvoorbeeld zowel op je website als via Google Maps”, geeft Spakman aan. “Mensen bezoeken immers verschillende websites.”

Omgaan met reviews

Actief om een review vragen, is een zet in de goede richting. Daarnaast dient een bedrijf ook heel goed in de gaten te houden

“Het afhandelen van online reviews maakt namelijk deel uit van je reputatiemanagement en je marketingstrategie.”

wat er verder online wordt verkondigd. Kole: “Regelmatig monitoren is heel erg belangrijk. Alleen al op social media wordt heel erg veel gedeeld. Ook de snelheid waarmee je kan communiceren wordt alleen maar groter. Met Google Alerts kan je de meeste meldingen opvangen. Hootsuite is een ideaal middel voor het managen van je social media accounts. Vervolgens is het de kunst om de meningen over jouw bedrijf voor je te laten werken. Het afhandelen van online reviews maakt namelijk deel uit van je reputatiemanagement en je marketingstrategie.” Bij positieve feedback raden Spakman en

OVER MEETINGREVIEW

Marco Kole en Robert Spakman zijn de bedenkers achter online reviewplatform MeetingReview. Op deze website zijn ruim 4.300 locaties in de meeting- en eventbranche in Nederland te vinden. Hiervan hebben 2.000 locaties een profiel aangemaakt en hun gasten opgeroepen om een review te schrijven aan de hand van hun bezoek. De reviews en de gemiddelde reviewscore worden op de website getoond. De locaties worden door MeetingReview ondersteund door middel van tools voor het verzamelen van reviews en het monitoren ervan. Ook geeft het platform tips bij het afhandelen van reviews en het ter beschikking stellen van een uitgebreid netwerk. www.meetingreview.com

Kole aan om online te reageren en door te vragen. Op basis van de feedback kan je je bedrijfsvoering verder verbeteren. Bij negatieve kritiek is reageren nog belangrijker. “Ga vooral niet online de discussie aan, want dat kan dramatische gevolgen hebben”, benadrukt Spakman. “Vergeet niet dat je alles op social media heel makkelijk kan delen. Probeer daarom de discussie zo snel mogelijk offline te halen door bijvoorbeeld de contactgegevens van de commercieel manager te geven en te vermelden dat deze contact op zal nemen. Dat zal voor de reviewer niet meteen afdoende zijn, maar je laat de lezers dan al zien dat de klacht netjes wordt afgehandeld. En mocht je aan de hand van de feedback stappen ondernemen, dan kan je die persoon over een tijdje opnieuw uitnodigen om de verbeteringen zelf te ervaren.”

Mensen zijn bang voor een negatieve review, maar er kan altijd wel iets fout gaan, meent Spakman. “De positieve kritieken hebben ook meer geloofwaardigheid als er ook een keer een negatieve ervaring tussen staat. En vergeet ook niet dat degene die de reviews lezen, niet op hun achterhoofd zijn gevallen. Je hebt altijd mensen die op elke slak zout leggen, maar daar kunnen lezers echt wel doorheen prikken. Dan kan je als locatie gewoon aangeven dat je de volgende keer nog beter je best zal doen en het dan laten rusten.”

Your **logistics.**
Our **passion.**



0348 478016 | today'slogistics.nl | Montfoort



Value added
logistics



Fulfilment



[Mijn winkelwagen](#) | [Inloggen](#) | [Registreren](#)

€69,95



Warehousing



Weblogistics

TE HUUR

Logistiek bedrijfspand

Tasveld 14 te Montfoort



- Totaal ca. 2.471 m²:
- 2.010 m² bedrijfsruimte
 - 461 m² kantoor
 - vrije hoogte van ca. 6.78m - ca. 7.16m
 - 6 loadingdocks
 - vloerbelasting 2.500 kg/m²
 - 10 parkeerplaatsen en rangeerterrein
 - Beschikbaar in overleg
 - 1 overheaddeur



Waltmann Bedrijfshuisvesting
Maliebaan 71 - 3500 AH Utrecht
030 - 66 222 55
bedrijven@waltmann.nl
www.waltmann.nl

Humor

Een andere manier om met een negatieve review om te gaan, is door humor in te zetten. Dit is ook een goed instrument als een negatieve review riekt naar chantage. Kole: "Uit onderzoek van de Koninklijke Horecabond Nederland onder ruim 800 horecagelegenheden is gebleken dat 61% te maken heeft gehad met chantage. Er zijn zelfs mensen die bereid zijn om hun klacht in een betaalde advertentie via Facebook te verspreiden. Als je zelf te maken krijgt met online chantage is het essentieel om er niet

"Als je zelf te maken krijgt met online chantage is het essentieel om er niet in mee te gaan."

in mee te gaan. In plaats daarvan kan je beter inhoudelijk reageren op de aangedragen feiten in de review zodat de lezer eruit op kan maken dat de reviewer zelf schuld heeft aan zijn negatieve ervaring."

Fraude

Naast een goede en tijdige reactie doet ook de kwaliteit van de reviews veel voor het imago van het beoordeelde bedrijf. "Gefraudeerde scores zijn vaak heel zwaar negatief of juist uitmuntend jubelend", licht Spakman toe. "Die hele positieve reacties zijn vaak afkomstig van eigen personeelsleden die denken er goed aan te doen een positief verhaal te schrijven. De zware negatieve reviews zijn vaak afkomstig van mensen met persoonlijke rancune, maar ook dat haal je vaak wel uit de tekst. Overigens is de reviewmarkt zich sterk aan het professionaliseren. Er komt steeds meer jurisprudentie over fraudegevallen waarbij individuen en bedrijven zijn beboet of strafrechtelijk vervolgd om wat ze hebben gepubliceerd. Zo was er in Frankrijk een rechtszaak rondom een review over een restaurant dat nog niet eens open was. Dit is een goede ontwikkeling. Mensen willen betrouwbare reviews



REVIEWS
DE ZIN & ONZIN

EDITIE 2015

"Een juiste omgang met online reviews geeft een consistent beeld af op het gebied van online reputatiemanagement."

lezen en moeten er vanuit kunnen gaan dat deze ook kloppen."

Geslaagde implementatie

In de Verenigde Staten zijn bedrijven en organisaties al veel verder met het vergaren en managen van reviews. Spakman en Kole merken via hun bedrijf dat dit ook bij steeds meer Nederlandse bedrijven gemeengoed wordt. Kole: "Er zijn zelfs

ondernemingen die de reviews meenemen in de beoordeling van hun medewerkers en het onderdeel maken van de variabele beloning. Door het intern te gebruiken maak je iedereen deelgenoot van de ervaring van de klanten." "Een juiste omgang met online reviews geeft een consistent beeld af op het gebied van online reputatiemanagement. Vraag jezelf dus voortdurend af wat je uit wilt stralen en of dit ook in de reviews naar voren komt", aldus Spakman. ■

Een inspirerende omgeving?
Kies voor Bison Office Space
en bel: 030 - 23 22 303

 **BISON** office spaces
Bisonspoor 3000 - 7000, Maarsse, Utrecht
BISONOFFICES.NL

Deze bedrijven gingen u voor:




BRUSSAARD
PERSOONLIJK VERVOER OP NIVEAU




TMS, boardcomputers en mobiele apps




PROJECTBESTURING




veilig en transparant werken




Declice Network Education


FIVEICT.NL


CLARION
systems

**OFFICE
SPACES**

TOT 4000 M²

€125,- PER M² (P.J.)*

*EXCL. SERVICEKOSTEN

**TURN-KEY
BUSINESS SUITES**

VANAF 20M²

€160,- PER M² (P.J.)*

*EXCL. SERVICEKOSTEN



Interesse? Neem contact op:



T: 030 - 23 22 303

E: bedrijven@ansdewijn.nl

Al sinds 1995 richt communicatiebureau Podium zich op het concept 'educatieve communicatie'. Wat begon met lesprojecten voor scholen groeide al snel uit tot educatieve exposities en bezoekerscentra door het hele land. Inmiddels bestaat Podium uit vier 'takken': educatieve-, belevenis-, project- en beleidscommunicatie én communicatie op locatie. Vanuit hartje Utrecht pakt het bedrijf graag projecten op over onderwerpen die er toe doen met een focus op leren, communiceren en beleven. Ook voor het netwerk van De Slinger Utrecht zet Podium zich al geruime tijd actief in.



Podium

De kracht van heldere en eerlijke communicatie

Als dynamisch en veelzijdig communicatiebureau werkt Podium aan uiteenlopende projecten rond belangrijke maatschappelijke thema's. Bijvoorbeeld het educatieve programma voor WeCycle over inzameling van elektrische apparaten of een Geldkoffer met materiaal ter voorkoming van schulden bij jongeren. In de regio Utrecht is Podium betrokken bij de inrichting van de historische expositie in Castellum Hoge Woerd (zie foto) en het Informatiecentrum Park Vliegbasis Soesterberg. De lijst van opdrachtgevers is meer dan indrukwekkend. "Regelmatig valt ons bureau in de prijzen bij de uitreiking van de jaarlijkse Comenius EduMedia Awards in Berlijn," vertelt een trotse Peet van de Wiel, werkzaam als senior accountmanager. "Dit jaar ontvingen wij awards voor drie spraakmakende projecten, waaronder de lesmodule www.aandeslagmetafval.nl in opdracht van Nederland Schoon. Daarbij wordt beoordeeld op zowel thema's en inhoud als op kwaliteit van de ontwikkelde lesmaterialen en campagnes."

Duurzaam en betrokken ondernemen

Naast maatschappelijke betrokkenheid zit ook duurzaam ondernemen in het DNA van Podium. "Wij proberen duurzaamheid zo veel mogelijk te integreren in onze werkomgeving," licht directeur Ton Koerselman toe. "Met een kantoor in hartje Utrecht maken we natuurlijk zo veel mogelijk gebruik van de fiets en het openbaar vervoer. Voor eventueel noodzakelijke autoritten hebben we een Greenwheels-abonnement. In ons jaarlijkse duurzaamheidsverslag houden we exact bij hoe we het doen ten opzichte van voorgaande jaren. Sinds maart dit jaar hebben we 60 zonnepanelen op het dak van ons monumentale pand in de Domstraat en wekken we daarmee de helft van onze energie zelf op. Daarnaast pakken we ook bijzondere activiteiten op, van 'snuffelstages' voor VMBO'ers tot het betrekken van jonge creatieven bij nieuwe en lopende projecten met de door ons opgezette structurele werker- varingsplek. Ook worden diverse bijzondere

evenementen, stichtingen en activiteiten door ons gesponsord zoals Stichting 4 Mei Concert."

Belangrijk netwerk

Podium is ook partner van De Slinger Utrecht, het netwerk van Utrechtse organisaties en bedrijven die samenwerken aan een betrokken samenleving. Koerselman: "Binnen dat netwerk stellen we al geruime tijd onze expertise op het gebied van communicatie ter beschikking. Wij hechten belang aan een netwerk als dat van De Slinger Utrecht. Inzet op betrokken ondernemerschap is van ongekende waarde voor stad en regio. Advies, kennisdeling en inspiratie is wat wij het netwerk ook de komende tijd graag bieden. Kennismaking met andere maatschappelijk betrokken ondernemers en organisaties is daarbij onontbeerlijk. Er zijn nog voldoende belangrijke issues die om een gezamenlijke aanpak vragen. Wij spelen daarin graag een rol." ■

LeaseMotive

Lease voor ondernemend Nederland!

Na dertien jaar gewerkt te hebben als leaseconsultant bij een van de grootste leasemaatschappijen van Nederland en twee jaar als kredietspecialist voor de zakelijke markt bij 'de bank', is Guido Slager in 2013 als zelfstandig intermediair Financial Lease gestart onder de naam LeaseMotive. Dat is een goede zet gebleken.



Bedrijfsmiddel Leasen

Bezoekadres: Kometenweg 5 | Tel: 030-320 0242 voor een offerte op maat.

Home | Lease calculator | Wat kan ik leasen? | Samenwerken | Contact

Lease calculator

Wat kan ik leasen?

Samenwerken

Vanaf de start houdt LeaseMotive zich bezig met de bemiddeling in leaseoplossingen voor ondernemend Nederland op het gebied van personenauto's, bedrijfsauto's en motoren. LeaseMotive houdt kantoor bij Autobedrijf Roeleveld te Maarssen. "Dit is prettig werken", legt Guido Slager uit. "De zakelijke klanten van het autobedrijf lopen het kantoor in voor een leaseofferte en klanten die een auto willen leasen maar nog geen auto op het oog hebben, kunnen zich laten adviseren door de verkopers van het autobedrijf. Autobedrijf Roeleveld is een universeel autobedrijf dat alle merken zowel nieuw als gebruikt verkoopt."

Bedrijfsmiddelen leasen

Naast de mogelijkheid om auto's en motoren te leasen zijn Guido Slager en Jan Roeleveld samen in het gat van de bedrijfsmiddelen gesprongen. "Met de groei van de economie neemt de behoefte naar bedrijfsmiddelen

enorm toe", vertelt Slager. "De vraag om financieringsmogelijkheden voor bijvoorbeeld een drukpers, zonnepanelen of een graafmachine krijgen we nu dagelijks. Op de website www.bedrijfsmiddelleasen.nl kunnen ondernemers een berekening maken met de lease calculator." Daarnaast bieden ze bedrijven die bedrijfsmiddelen aan ondernemers verkopen de mogelijkheid een leasecalculator op hun eigen website te plaatsen. Dit resulteert in meer verkopen en het financieringsvraagstuk wordt compleet uit handen genomen. U biedt met een leaseoplossing de perfecte service aan uw klant, creëert extra verkoopkansen en verlegt het debiteurenrisico naar de bank. ■

Meer informatie op: www.lease motive.nl
LeaseMotive is te bereiken via 030-320 0242 of via info@lease motive.nl. Bezoekadres: Kometenweg 5, 3606 BD Maarssen



Autobedrijf **Roeleveld**

Wie eisen stelt... *Roeleveld!*

Dat is de vertrouwde slogan waarmee de familie Roeleveld is uitgegroeid tot een begrip in de Stichtse Vecht. Vanaf 1931 is de familie actief en betrokken in de mobiliteitsbranche. Tussen 1932 en 2015 als officiële Ford dealer beloond met meerdere klantgerichte onderscheidingen. Wij willen een ieder laten zien wat Roeleveld in 2016 nog meer voor u als klant kan betekenen...



- Merkonderhoud voor uw Ford
- Merkonderhoud voor alle merken voertuigen
- Autoverhuur (personen en bedrijfswagens)
- Schadeherstel voor alle merken
- Auto Tuning
- Aanschaf van uw nieuw of gebruikte voertuig ongeacht het merk
- 24 / 7 Mobiliteitspas gratis bij onderhoud
- U bent van harte welkom voor onderhoud, reparatie en aankoop van alle andere merken automobielen!

Kortom: Wie eisen stelt...krijgt nu nog meer Roeleveld!

Roeleveld Maarssen B.V. - Kometenweg 5 - 3606 BD Maarssen - T. 0346 558060

WWW.ROELEVELD.NL



OM U BETER VAN DIENST TE ZIJN, KIEST **CLUISTRA NIEUWEGEIN** VOOR EEN ONCONVENTIONELE AANPAK.

Optimale service en
enthousiasme voor Mazda staan
voorop bij Cluistra Nieuwegein.



Wij zijn geen doorsnee dealer. Toen andere dealers kozen voor grotere vestigingen met een onpersoonlijke benadering vonden wij juist dat klanttevredenheid, kwaliteit en betrouwbaarheid de basis moest zijn voor onze groei. Wij vinden dat wij uw vertrouwen moeten verdienen en niet kunnen afdwingen. Wij bestaan als familiebedrijf tenslotte al ruim 35 jaar.

Met trots hebben wij het Mazda dealerschap verworven en zijn echt enthousiast over het onconventionele denken van Mazda. Alles is er op gericht om dingen te verbeteren. Elke kans om zaken anders, maar wel beter, te doen wordt met veel creativiteit opgepakt. Onconventioneel, tot in de kleinste details. Deze aanpak heeft Mazda al veel goeds gebracht, zoals de revolutionaire technologieën die Mazda's kenmerken. Cluistra Nieuwegein is daar trots op. Wij streven ernaar om bij u een optimale beleving te creëren van het

merk Mazda en van ons als dealer. Vanaf de eerste kennismaking willen wij u verrassen en u enthousiast maken. Bel ons voor een kennismaking, een proefrit of kom gerust eens langs.

AUTOBEDRIJF CLUISTRA

Betuwehaven 1 • 3433 PV Nieuwegein • T 030 - 60 62 598 • E info@cluistra.nl • www.cluistra.nl

