



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 32 | NUMMER 5 | NOVEMBER 2016

BUSINESS®

Terberg zet grote stap op internationale afval-inzamelmkt

**Think global,
act local**



Erik ten Hag legt de lat hoog

OMU financiert herstructurering en transformatie

Bedrijfswagentestdag 2016



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

VOORWOORD



Teambuilding

“Alleen als het team klopt, kunnen spelers uitblinken”. Deze quote staat in deze uitgave van Utrecht Business boven het interview met FC Utrecht-trainer Erik ten Hag en maakt duidelijk dat er flinke overeenkomsten zijn tussen de voetbalwereld en de wereld van de ondernemers. Je werkt met zijn allen om gezamenlijk tot een zo goed mogelijk resultaat te komen. Op die manier kom je als collectief verder, maar is dat zeker ook voor de afzonderlijke individuen het

geval. Je moet een hecht team vormen waarbij niemand zich boven de groep stelt. Juist dat laatste is een cruciaal gegeven, zo weet Ten Hag. Hij stelt daarbij spelers als Bart Ramselaar (inmiddels spelend bij PSV) en Timo Letschert (met Sassuolo actief in de Italiaanse Serie A) ten voorbeeld: “De vervolgstap in hun carrière is vooral het resultaat van de collectieve inspanningen van het hele team. Om dat besef tussen de oren te krijgen, is misschien wel mijn belangrijkste opgave als coach.” En geldt dat eigenlijk niet ook voor u als ondernemer? Een team smeden dus, met zijn allen de schouders eronder en knokken voor het beste resultaat. Want één ding weten zowel voetbaltrainers als ondernemers zeker: als een goed team gevormd is, dan komen de resultaten vanzelf. En zo is het maar net...

Teun van Thiel

teun@utrechtbusiness.nl



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 32
november 2016, editie 5

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 • Aart van der Haagen •
Elly Molenaar

VORMGEVING
Jan-Willem Bouwman

DRUK
Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media BV
Savas Atilla T: 06 - 55 167 254
commercie@utrechtbusiness.nl

Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN
Tel. (024) 373 85 05
abonnements@utrechtbusiness.nl

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Zij worden na een jaar automatisch verlengd, tenzij de abonnee uiterlijk twee maanden voor het verstrijken van de termijn schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar: € 55,- (incl. btw)

COPYRIGHTS:
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen artikelen wordt door de uitgever voorbehouden.

www.utrechtbusiness.nl

- 6** Terberg zet grote stap op internationale afval-inzamelmarkt: Think global, act local
- 9** Onderschat u de risico's van cybercriminaliteit?
- 10** 333TRAVEL scoort met reizen op maat
- 12** Introductie Hyundai Ioniq: Rotterdams tintje
- 15** VNO-NCW: competenties belangrijker dan beperkingen
- 17** Beroep op de bedenktijd in de praktijk
- 18** 2Twitit: on top of mind door strategische inzet social media
- 28** Vernieuwd hoofdgebouw Stadion Galgenwaard: zakelijk middelpunt van Nederland
- 30** Erik ten Hag legt de lat hoog

Utrecht Business Vastgoed Special

- 36** OMU financiert herstructurering en transformatie: plaats maken voor de nieuwe economie
- 38** Compleet stadshart in één keer gerealiseerd
- 40** Werken en ontspannen in gerenoveerde Bison Offices
- 44** Economie Veenendaal maakt sprongen
- 48** Vol in de kijker: bedrijven kiezen voor opvallende zichtlocatie aan A12
- 52** Kentering beeld leegstand

Bedrijfswagentestdag

- 56** Van bestelwagens tot werkpaarden
- 59** Jeep Wrangler
- 60** Fiat Full Back
- 61** Fiat Talento
- 62** Toyota Proace
- 63** Opel Vivaro
- 64** Volkswagen Caddy
- 65** Volkswagen Transporter
- 66** Ford Transit

Terberg Group is een succesvol familiebedrijf uit IJsselstein. Met de overname van het Spaanse RosRoca door de divisie Terberg Environmental zet het concern een grote stap voorwaarts.



Veilig Online Ondernemen dankzij MKB-Nederland en NVO-NCW, die met steun van het ministerie van Economische Zaken de campagne Veilig Zakelijk Internetten hebben gelanceerd.



In de dynamische reisbranche onderscheidt 333Travel zich met een individueel aanbod. Als nieuwe en tegelijkertijd vertrouwde partner ondersteunt Rabobank Utrecht het bedrijf daarbij.



Social media zijn nog altijd ongekend populair. Wie er zakelijk mee aan de slag wil, moet daar volgens de mensen achter 2Twtit wel tijd en enthousiasme in steken.



Na het succesvolle vorig seizoen komt FC Utrecht ook dit voetbaljaar op stoom. Trainer Erik ten Hag vertelt over zijn aanpak: "Alleen als het team klopt, kunnen spelers uitblinken".



De Ontwikkelingsmaatschappij Utrecht werkt aan de herstructurering van bedrijventerreinen en transformatie van leegstaande kantoorgebouwen.



De vele bouwkransen die al van ver zichtbaar zijn, maken duidelijk dat in Leidsche Rijn iets bijzonder gebeurt.



Het vestigingsklimaat in Veenendaal is veel aantrekkelijker dan ondernemers van buitenaf wellicht denken, zo weet (en onderbouwt) de lokale Werkgroep Leegstand.

Terberg zet grote stap op internationale afval-inzamelmarkt

Think global, act local

Terberg Group is een succesvol familiebedrijf uit IJsselstein. De ruim achtentwintig werkmaatschappijen opereren veelal in een internationaal concurrentieveld. Met de overname van het Spaanse RosRoca door de divisie Terberg Environmental zet het concern een grote stap voorwaarts. "Het brengt de onderneming als geheel naar een hoger niveau," aldus Godfried Terberg. Actuele nieuwbouw in IJsselstein benadrukt het belang van Terberg voor de regionale economie.



Opvallend nieuws uit IJsselstein, in februari van dit jaar. Terberg Environmental (een divisie van de Terberg Group) maakte de overname bekend van het Spaanse RosRoca Environment. De omzet van dit bedrijfsonderdeel neemt hierdoor toe tot bijna 400 miljoen euro, terwijl Terberg een meerderheidsbelang heeft in de nieuwe combinatie. "Inderdaad; David neemt Goliath over," lacht Godfried Terberg. Als voormalig directeur van Terberg Environmental is hij nu CEO van de Terberg RosRoca Group.

Strategische keuze

Terberg Environmental was al een gezond bedrijf. Godfried Terberg: "Als producent van beladingssystemen waren de groeimogelijkheden echter beperkt. Die lagen vooral in het buitenland, waarbij we afhankelijk waren van lokale bedrijven; vuilniswagenopbouw-fabrikanten die voertuigen leveren voor de inzameling van afval. Vandaar de strategische keuze om zelf opbouwfabrikant te worden. Met deze overname zijn we nu in één klap een

MARKANTE T

De Terberg-bedrijven zijn een factor van belang in de regionale economie. Dat IJsselstein ondanks de internationale expansie nog altijd hun thuisbasis is, wordt benadrukt door actuele nieuwbouw aan de Baronieweg. In een pand met een grote t als prominente blikvanger vestigen zich Terberg Techniek en Terberg Matec Nederland. Door de groei van beide bedrijven was ruimere huisvesting noodzakelijk. Het nieuwe pand biedt plaats aan zo'n honderd medewerkers.

substantiële speler met productievestigingen in Nederland, Engeland, Spanje, Duitsland en Brazilië."

Rollercoaster

De overname was in september 2015 al aangekondigd. "De afwikkeling van details met de Spaanse aandeelhouders vergde veel

tijd. Maar op 19 februari zijn alle handtekeningen gezet." Een hectische periode volgde. "Een rollercoaster, kun je rustig zeggen. De eerste week heb ik samen met de voormalige Spaanse CEO alle bedrijven bezocht. Daar is Terberg geïntroduceerd en heb ik onze plannen toegelicht. Belangrijkste boodschap: ga gewoon door met het werk, blijf doen waar jullie goed in zijn. En vooral: houd oog voor de klant." De voorgenomen overname was al geruime tijd bekend. "Het kwam ook voor opdrachtgevers niet als een verrassing. Om hun wensen en eisen scherp op het netvlies te houden, is er intensief contact. Want onze klanten bepalen uiteindelijk het succes van de nieuwe combinatie."

Groeikansen

Inmiddels is de nieuwe Terberg RosRoca Group zo'n acht maanden operationeel. "Al is de overname uit strategisch oogpunt logisch, spannend is het natuurlijk wel," aldus Terberg. "Iedereen is nu gewend aan de situatie en de nieuwe structuur. De leiding is



ONDSCHIEDEND IN NICHEMARKTEN

De basis voor de huidige Terberg Group werd in 1869 gelegd met een smederij in Benschop. Anno 2016 is de leiding in handen van de vierde generatie. De Terberg-bedrijven zijn actief met speciale voertuigen (fabricage van haven- en distributietrucks), modificeren van voertuigen (trucks, bedrijfs- en personenwagens), als producent van afvalinzamel- en beladingsystemen, meeneem-heftrucks en

in leasing en verhuur van personen- en bedrijfswagens. Over 2016 verwacht Terberg Group met circa 2.500 medewerkers een omzet van circa 825 miljoen euro te realiseren. "Door onderscheidend te zijn, bouwen wij volume op in nichemarkten," zegt Godfried Terberg. "Bij vrijwel alle activiteiten gaat het om kapitaalgoederen met een lange gebruikscyclus. Daarom is veel aandacht voor service en

onderhoud." Belangrijk motto: think global, act local. "Bij onze buitenlandse vestigingen maken we gebruik van lokale kennis en werken samen met sterke plaatselijke distributeurs. Daarmee willen we verder groeien. Niet alleen in Europa, ook in het Midden-Oosten, Azië en Zuid-Amerika."

in handen van een ervaren team; een internationale raad van bestuur waaraan ik leiding mag geven." De beoogde synergie blijkt ook in de praktijk. "We beschikken nu over een compleet productengamma voor de afval- en recyclingmarkt met alle kansen om internationaal sterk te groeien."

Hoger niveau

Het hoofdkantoor van de Terberg RosRoca Group staat in Warwick, Engeland. Godfried Terberg brengt er drie dagen per week door. De overige tijd wordt verdeeld tussen Spanje en Nederland. Daar is hij onder meer als vice-voorzitter actief in de raad van bestuur van Terberg Group, samen met zijn neef George (voorzitter) en financieel directeur Paul van der Kroft. "Dit is de holding van onze ruim achtentwintig werkmaatschappijen. Van daaruit worden onder meer financiële controle,

rapportage en ICT centraal geregeld. Ook fungeert de holding als schakelpunt tussen de Terberg-bedrijven."

De overname heeft impact op de hele groep. "Voorheen waren we een Nederlands bedrijf met buitenlandse vestigingen, nu zijn we een internationaal concern. Niet alleen is de omzet fors gegroeid, ook als het gaat om expertise is aanzienlijk bijgeschakeld. Op het gebied van bijvoorbeeld ICT, fiscaliteit en HR zijn we verder geprofessionaliseerd. Kortom: deze fusie brengt ook de onderneming als geheel naar een hoger niveau."

Persoonlijke drijfveer

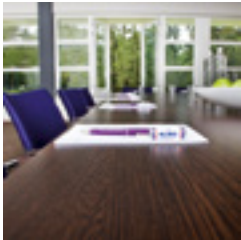
De Terberg-bedrijven zijn gewend om organisch te groeien, langzaam maar gestaag. Godfried Terberg: "De overname van RosRoca was een trendbreuk. Een grote stap, waar we uiteraard goed over nagedacht

hebben. En die zorgvuldig is voorbereid, met veel aandacht voor het informeren van de familie. Milieu, het verwerken en recycleren van afval hebben een hoge prioriteit voor de samenleving. Het belang ervan is groot en zal in de toekomst nog verder toenemen. Daarom is het een kansrijke sector om in te opereren en te investeren. Dat doen we met deze overname. Uitgangspunt daarbij blijft dat alle inspanningen gericht zijn op continuïteit, op het waarborgen van een gezonde, stabiele bedrijfsvoering. Nu en in de toekomst. Belangrijke persoonlijke drijfveer daarbij is dat ik deel uitmaak van een onderneming die mijn naam draagt. Een bedrijf dat veel familieleden voor mij in bijna 150 jaar met hard werken hebben gemaakt tot wat het nu is. Ik voel het als mijn verantwoordelijkheid om maximaal bij te dragen aan de verdere ontwikkeling ervan." ■

nice to meet!

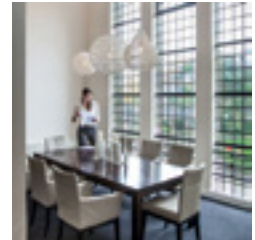
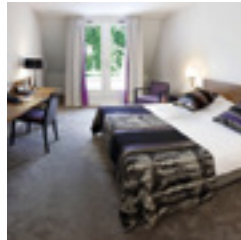
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

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

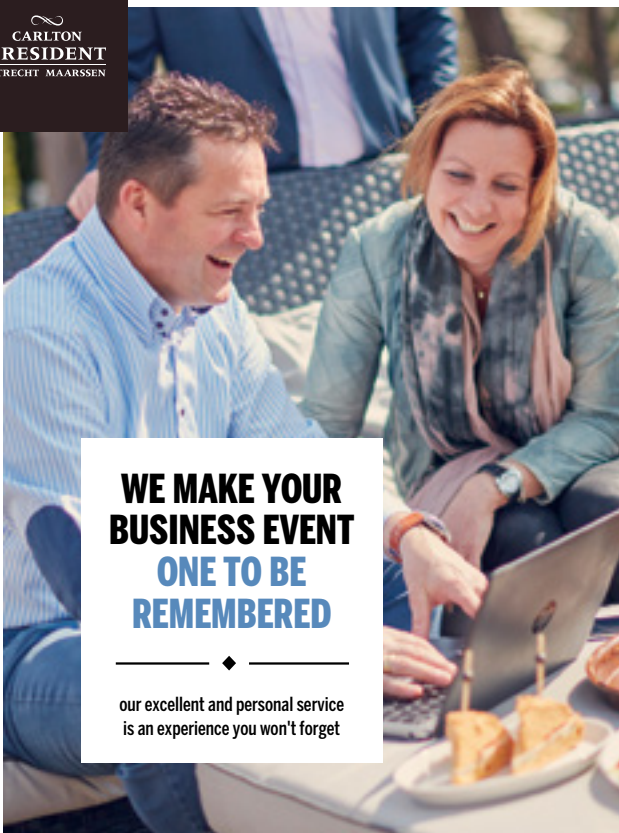


Woudenbergsesweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

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

CARLTON
PRESIDENT
UTRECHT MAARSSEN



**WE MAKE YOUR
BUSINESS EVENT
ONE TO BE
REMEMBERED**

our excellent and personal service
is an experience you won't forget

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

*Let's make a memory!
Groetjes, Anne*

Business Software voor het MKB

*Van financiële administratie
tot totale ERP-oplossing*



KING
BUSINESS SOFTWARE

Een nieuwe kijk op uw business

king.eu

Onderschat u de risico's van cybercriminaliteit?

Veilig Online Ondernemen dankzij campagne MKB-Nederland en VNO-NCW

Cybercrime is een containerbegrip met veel tentakels; het is razendsnel van kwajongenswerk uitgegroeid naar internationaal opererende netwerken die de hele digitale wereld gebruiken voor het stelen van geld, goederen, informatie, identiteiten, voor chantage, afpersing en fraude.

85 procent van alle ondernemers denkt - ten onrechte - dat cybercrime voor hen geen bedreiging vormt. Veel van hen hebben geen idee welke gevaren ze kunnen lopen: financiële schade, imagoschade, verlies van banen, of zelfs faillissementen: het komt allemaal voor. Uit een in april 2016 uitgevoerde analyse van adviesbureau Deloitte blijkt dat cybercriminaliteit Nederlandse bedrijven en de overheid jaarlijks ongeveer 10 miljard euro kost. Grofweg net zoveel als het ministerie van Veiligheid en Justitie jaarlijks uitgeeft.

Gelukkig kunnen ondernemers ook veel doen om zich te wapenen. MKB-Nederland en VNO-NCW, met steun van het ministerie van Economische

Zaken en andere partners, helpen daarbij met de campagne Veilig Zakelijk Internetten die op 11 oktober 2016 is gelanceerd. Veilig Zakelijk Internetten wil bijdragen aan het vergroten van het bewustzijn van mkb-ers over de impact van cybercrime op hun bedrijf en de manier waarop zij zich hiertegen kunnen weren.

Check

De Veilig Online Ondernemen Check helpt om te bepalen waar aandacht aan moet worden besteed om veilig online zaken te kunnen doen. Aan het eind rolt er een persoonlijk resultaat uit dat helpt bij het maken van de juiste keuzes. De Academy die ook in het project is opgenomen, voorziet in de nodige stappenplannen en tips om jezelf te

wapenen tegen cybercrime. Tenslotte ontvangen deelnemers een Cyber Risico Scan ter waarde van 300 euro. Deze snelle, eenvoudige scan van de website én het bedrijfsnetwerk geeft niet alleen direct inzicht in het beveiligingsniveau van de digitale omgeving van de ondernemer, maar ook hoe eventuele problemen snel op te lossen. ■

Wilt u ook veilig online ondernemen?

Kijk snel op www.veiliginternetten.nl/zakelijk

Contact en informatie:

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



333TRAVEL scoort met reizen op maat

“Customer journey moet van begin tot eind kloppen”

In de dynamische reisbranche onderscheidt 333TRAVEL zich met een individueel aanbod. Cruciale rol is daarbij weggelegd voor landenspecialisten. “Stuk voor stuk echte liefhebbers met maar één doel: iemand de tofste weken van zijn leven bezorgen.” Als nieuwe en tegelijkertijd vertrouwde partner ondersteunt Rabobank Utrecht de reisorganisatie bij haar ambities.

Arno van Uffelen is oprichter en CEO van 333TRAVEL. Samen met Frangken Tuhumena heeft hij de leiding bij de in Harmelen gevestigde reisorganisatie. “Ik was al werkzaam in de reisbranche toen ik in 2000 met mijn voormalige compagnon een trip maakte naar Azië. We hadden het zo naar onze zin dat de overtuiging ‘Daar moeten we iets mee doen’ steeds sterker werd. Het leek een ideale manier om werk en plezier te combineren.”

Speurders

333TRAVEL was geboren. “We startten op een klein kantoortje hier tegenover. Een mooie tijd met veel lol en lange dagen. De nadruk lag op reizen naar Azië, als bestemming destijds sterk in opkomst. Veilig, goed bereikbaar en relatief goedkoop.” Van begin af aan speelde internet een centrale rol. “Al had dat nog lang niet de impact die het nu voor onze branche heeft. De eerste jaren werden reizen nog vooral verkocht via Speurders-advertenties in De Telegraaf.”

Hoogspanning door tsunami

Het aantal bestemmingen groeide en de nadruk kwam steeds meer te liggen op maatwerk. “Na de tsunami in 2004 volgde een telefoontje van het NOS Journaal. Het bleek dat 333TRAVEL van alle reisorganisaties de meeste klanten had in Phuket.” De watersnoodramp zorgde voor hoogspanning bij het bedrijf. “Vier dagen

is onafgebroken gewerkt om alle klanten te repatriëren. Het betekende tegelijkertijd ook een wake-up call door het besef dat we een serieuze marktpartij waren geworden. De periode daarna maakte het bedrijf op tal van gebieden een professionaliseringsslag door.”

Anticiperen op onverwachte gebeurtenissen is een tweede natuur. “Niet alleen met de tsunami, ook door 9/11, SARS en de Vogelgriep zijn we inmiddels het nodige gewend. Dergelijke zaken hebben veel impact op onze activiteiten. Op de verkoop van reizen én voor onze klanten ter plaatse. Daarom liggen draaiboeken klaar voor het geval zich een calamiteit voordoet. Ook als tijdens een reis iets onverwachts gebeurt, willen we er zijn voor onze klanten.”

Flexibele bouwstenen

Anno 2016 is 333TRAVEL gespecialiseerd in individuele reizen naar zeventien bestemmingen buiten Europa. Een team van zo’n dertig medewerkers bedient een brede doelgroep. “Individuele reizigers maar ook families, vriendengroepen of bedrijven die een reis willen maken met hun personeel. Wij helpen ze om wegwijs te worden in het immense aanbod. Met verschillende bouwstenen kunnen klanten een reis samenstellen die helemaal past bij hun voorkeur en wensen. Flexibiliteit is daarbij het sleutelwoord.” Een cruciale rol is weggelegd voor de kennis en ervaring

van landenspecialisten. “Dat zijn stuk voor stuk echte liefhebbers met maar één doel: iemand de tofste weken van zijn leven bezorgen.”

Kop koffie

Vanaf dag 1 bankiert de Harmelense reisorganisatie bij Rabobank Utrecht. “Naarmate het bedrijf groeide, werd de relatie intensiever,” aldus Van Uffelen. “Zo waren bankgaranties nodig voor de Stichting Garantiefonds Reisgelden en een IATA-licentie om zelf tickets te kunnen aanmaken.” De samenwerking verliep naar tevredenheid. “Na een aantal jaren kwam een collega-bank echter met *an offer we couldn’t refuse*. Het leek een verstandige keuze om grotendeels over te stappen.” De relatie met Rabobank bleef wel bestaan. “Ze hadden nog altijd een rekening bij ons. Zeker eens per jaar dronken Arno en ik samen een kop koffie,” vertelt Rick Vermeulen, accountmanager bij Rabobank Utrecht. “We wonen allebei in De Meern; ook daar kwamen we elkaar af en toe tegen.” De samenwerking tussen 333TRAVEL en de andere bank begon te haperen. “Zij lieten steken vallen,” zegt Van Uffelen. “We kregen het gevoel dat niet in oplossingen maar in problemen werd gedacht. Omdat het contact altijd goed was gebleven, zijn we met Rabobank het gesprek aangegaan over een her-nieuwde samenwerking.”



Rick Vermeulen (Rabobank Utrecht) en Arno van Uffelen (333TRAVEL): nieuwe en vertrouwde partners.

Valutarisico's

Dat leidde ertoe dat vrijwel alle bankzaken weer bij de coöperatieve bank zijn ondergebracht. "Bij zo'n belangrijke partner draait het om vertrouwen. Voorwaarde daarbij is een open communicatie; over de mogelijkheden maar zeker ook de onmogelijkheden. Bij Rick is dat absoluut het geval. Ook het feit dat hij al lang bij Rabobank werkt, draagt bij aan het vertrouwen."

333TRAVEL heeft te maken met veel vreemde valuta. "Het gaat daarbij om forse bedragen. Ook voor het afdekken van valutarisico's kwam Rabo met een competitief aanbod." De bank maakt hiervoor gebruik van de expertise bij Rabobank Nederland. Vermeulen: "Deze dienstverlening is de laatste jaren verder geoptimaliseerd. Ik merk dat het voor steeds meer bedrijven een aantrekkelijke optie is."

Verwachtingen overtreffen

Met de nieuwe en tegelijkertijd vertrouwde bancaire partner is 333TRAVEL klaar voor de toekomst. "ICT-innovatie is een belangrijk aandachtsveld," stelt Van

PRIJZENSWAARDIG INITIATIEF

333TRAVEL startte in 2004 een inzamelingsactie voor slachtoffers van de tsunami. In vervolg daarop nam de reisorganisatie het initiatief tot een structurele ondersteuning van projecten. Van Uffelen: "Met 333TRAVELCARE wordt elk jaar een goed doel geselecteerd in een van onze bestemmingen. Samen met klanten zamelen we daarvoor geld in. Voor 2016 is gekozen voor Mary's Sweet Home Orphanage in Noord-Thailand. Hier worden weeskinderen opgevangen en kunnen kinderen Engelse les volgen. Ook krijgt een aantal jongvolwassenen via dit project de kans op vervolgonderwijs. Klanten hebben een mooi bedrag bij elkaar gebracht en dat is door ons aangevuld. In oktober heb ik de cheque persoonlijk in Thailand overhandigd." Meer informatie over dit prijzenswaardige initiatief is te vinden op www.333TRAVELCARE.nl.

Uffelen. "Door tal van verschillende data te combineren, kunnen we klanten optimaal bedienen. Dat proces wordt alsmaar verder verfijnd." Ook sociale media krijgen veel aandacht. "Er is een intensieve interactie met volgers op Facebook, Twitter en Instagram. Wij zijn niet zomaar een reisorganisatie; 333TRAVEL is een community waar mensen graag deel van uitmaken." Uitbreiding van het aanbod staat hoog op de to-do-lijst. "Daarbij gaan we niet over één nacht ijs. Meest recente nieuwe bestemming is Zuid-Afrika. Daar ging twee jaar

voorbereiding aan vooraf." Welke bestemming een klant ook kiest, 333TRAVEL wil diens verwachtingen overtreffen. "Daarbij spelen kleine dingen een belangrijke rol. Zoals een flesje witte wijn dat bij aankomst in het hotel klaarstaat na een lange reis. Gemiddeld scoren wij nu een 8,4 bij de waardering van klanten. Ambitie is om hier een 9 van te maken. Daartoe moet de *customer journey* letterlijk en figuurlijk van begin tot eind kloppen." ■

Introductie-evenement Hyundai Ioniq

Rotterdams tintje

Met zijn milieuzone weert Rotterdam vervuilende auto's. Tegelijkertijd draagt de stad bij aan een landelijke vermindering van CO₂-uitstoot, want er worden schone nieuwe Hyundai's verkoopklaar gemaakt, met als nieuw boegbeeld de Ioniq. Wij woonden het introductie-evenement 'Ioniq Drive Away' in het havengebied bij en maakten een testrit tot aan de voordeur van dealerbedrijf Cluistra in Nieuwegein.

TEKST EN FOTOGRAFIE AART VAN DER HAAGEN



Met de lancering van de Ioniq breekt voor Hyundai een belangrijk nieuw tijdperk aan, want het Koreaanse merk zet nu een stevige voet tussen de deur in het segment van 'groene' auto's. Het merk is er zeker niet als eerste bij op dit vlak, maar pakt de zaken wél meteen grondig aan, alleen al door een platform voor drie varianten te ontwikkelen: de Hybrid (79 g/km, nu nog 21% bijtelling), de pas in 2017 verkrijgbare Plug-in (32 g/km, 50 km elektrische autonomie) en de Electric (nu nog 4% bijtelling, 280 km autonomie). Daarvan combineren de eerste twee een elektromotor met een 1.6 GDi-kraftbron die een zeer hoog thermisch rendement van veertig

procent kent, goed voor een systeemvermogen van 141 pk. De Electric moet het met 120 pk stellen, maar weegt ook iets minder (1420 in plaats van 1445 kg) en profiteert van een constant koppel van 295 Nm. Hij kent met een starttarief van € 33.995 een concurrerende prijsstelling, maar vooral de Hybrid wordt messcherp in de markt gezet: vanaf € 21.995. Dat heeft óók prettige gevolgen voor de zakelijke bijtelling, los van het percentage.

Indrukwekkend proces

De tachtig Nederlandse Hyundai-dealerbedrijven keken reikhalzend uit naar

woensdag 21 september, de dag waarop de eerste honderd hybrides officieel werden vrijgegeven voor Nederland. Dat gebeurde in de vorm van het evenement 'Ioniq Drive Away', met als startlocatie het Rotterdamse havenbedrijf C.RO Ports, dat al twintig jaar met Hyundai samenwerkt om auto's voor verscheidene Europese landen afleverklaar te maken. Elk voertuig ondergaat een *pre delivery inspection*, krijgt een wasbeurt en er worden eventuele accessoires gemonteerd, zoals een spoiler of een set lichtmetalen wielen. Toevoeging van een Rotterdams tintje, zou je kunnen zeggen. "Een indrukwekkend proces," vond Gert Cluistra, directeur van



het gelijknamige bedrijf in Nieuwegein (met tevens een vestiging in Veenendaal), na afloop van de rondleiding. De dagelijkse doorloop bedraagt 35.000 auto's, overigens ook van andere merken. 24 uur per dag, zeven dagen per week gaat het proces door. "Erg gaaf voor ons, maar ook voor onze relaties om eens te aanschouwen wat zich hier achter de schermen afspeelt." Cluistra nam vanuit beide filialen een klant mee, voor wie de ontvangst op het gigantische terrein van C.RO Ports een unieke en bijzondere gebeurtenis vormde.

Foto- en filmopnamen

Na een presentatie vanuit Hyundai Motor Netherlands, waarin de directie de sterke punten en de marktkansen van de Ioniq gedetailleerd onder de aandacht bracht, konden alle dealers en hun relaties de allereerste exemplaren op Nederlands kenteken zelf aan de tand voelen. Het betrof de Hybrid-versie, die bij beide relaties van dealerbedrijf Cluistra een sterke indruk achterliet. Ze vonden de auto direct vertrouwd aanvoelen, zonder dat de innovatieve techniek voor een afwijkende beleving zorgde. Kilometers maken konden ze volop, want na foto- en filmopnamen voerde de reis naar de filialen in Nieuwegein en Veenendaal nog via Amsterdam, waar het complete gezelschap een unieke Hyundai

Ioniq Pop-up Store nabij de Arena bezocht. Daar kregen de aanwezigen nadere uitleg over de techniek, visueel ondersteund met een opengewerkte aandrijflijn. "Toen ging het voor ons nog meer leven," blikt Gert Cluistra terug.

Cw 0,24

Dan de Ioniq zelf. Behalve de interessante prijsstelling valt nog meer goed nieuws te melden, want de fastbackachtige koets met zijn cw-waarde van 0,24 ziet er appetijtelijk uit, waarbij de Electric zich onderscheidt met een gesloten grille en koperkleurige in plaats van blauwe accenten. Dat laatste verschil treffen we ook aan in de elegant vormgegeven cockpit, die qua materiaalgebruik niet echt maatstaven zet. Ruim en comfortabel is 'ie zeer zeker wel, terwijl achterin maar liefst 550 liter (455 bij de Electric) aan bagage past. Op de uitrusting beknibelt Hyundai bepaalt niet, want de instapversie i-Motion mag zich verheugen in het gelukkige bezit van 15-inch lichtmetalen wielen, gescheiden climate control, adaptieve cruise control, een audiosysteem, bluetooth, een lichtsensor, parkeersensoren achter, rijstrookbewaking en een stadsnoodstopstelsysteem. De persconferentie voorafgaand aan de testritten staat deels in het teken van de kreet 'Fun to drive', hetgeen hooggespannen verwachtingen wekt. De Ioniq maakt die tot op zekere hoogte

waar, want qua rijcomfort en dynamiek doet hij zeker niet onder voor de gemiddelde standaard in het C-segment. Een uitschieter naar boven vormt hij niet, maar wij vragen ons ook af hoeveel klanten dat echt een must vinden.

Rijprogrammaselector

In de Hybrid-uitvoering werken benzine- en elektromotor harmonieus en stil samen en kan de zestraps DCT-automaat met dubbele koppeling het meestal prima bijbenen, al reageert hij op de snelweg ietwat loom. Aan boord van de Electric, die we naderhand kortstondig konden beproeven, word je door het hoge koppel vanuit stilstand afgevuurd, zeker als je de rijprogrammaselector in standje 'Sport' zet. Aardig zijn de flippers aan de stuurkolom om de mate van afremmen op de motor te bepalen. Kies je voor het maximum, dan hoef je het rempedaal nauwelijks nog aan te raken en dat ervaar je als heel prettig. De balans opmakend durven wij te stellen dat Hyundai met de Ioniq in een behoefte voorziet, ten eerste door de gunstige vanafprijs, ten tweede door de flexibiliteit van het platform ten aanzien van mobiliteitskeuzes en ten derde vanwege de prima uitwerking van het concept. Voeg daarbij een uitgebreid garantesysteem (vijf jaar en op het elektrisch gedeelte acht jaar) en het merk heeft een winnaar in huis. ■



Ontdek Makro

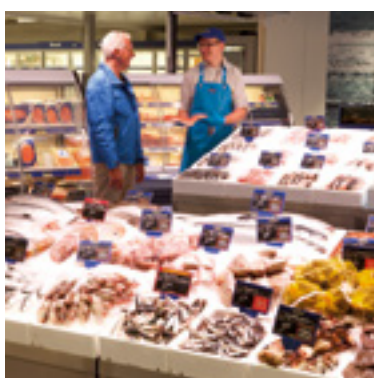


**Culinair
genieten in onze
Food court**



**Onze 'sterke'
afdeling Wijn &
gedistilleerd**

**Een Visafdeling
om van te
watertanden**



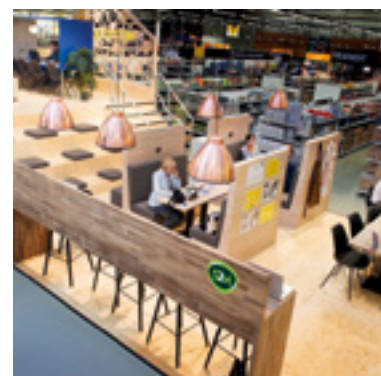
**Onze
vakspecialisten
staan voor
je klaar!**

**Werken,
netwerken,
events &
workshops**

**Vraag nu je pas aan
in onze vestiging**

WWW.MAKRO-NETWERKPLEIN.NL

makro



Makro Nieuwegein
Laagraven 7 - 3439 LG Nieuwegein

VNO-NCW: competenties belangrijker dan beperkingen

Half juli werden de eerste resultaten gepubliceerd over de Banenafspraken, de afspraak in het kader van de Participatiewet om extra banen te creëren voor mensen met een arbeidsbeperking. Werkgevers blijken zich goed aan de afspraken te houden. In 2015 zijn 21.057 extra banen gerealiseerd voor mensen met een arbeidsbeperking. Werkgevers in de marktsector namen er daarvan maar liefst 15.604 voor hun rekening. Dat is fors boven het afgesproken aantal uit de Banenafspraken van 6.000 in 2015.



Martine Schuijjer, arbeidsmarktspecialiste bij VNO-NCW Midden, is blij met de resultaten. “De cijfers bevestigen wat wij al langer waarnemen. Werkgevers zijn bereid om nieuwe collega’s met een beperking aan te nemen. Dat is positief, maar we zijn er nog niet”, zegt ze. De werkgeversvereniging krijgt ook met regelmaat negatieve signalen van ondernemers over complexiteit van de regelingen, over bureaucratie. Mede door inzet van VNO-NCW, MKB Nederland en LTO Nederland zijn verbeteringen aangebracht in wet- en regelgeving of zijn daartoe voorstellen gedaan. In de afgelopen maanden is de uitvoering van de Participatiewet op punten versoepeld, de loonwaardemeting is vereenvoudigd en binnenkort komen leerlingen van praktijkscholen net als leerlingen van speciaal onderwijs direct in het doelgroepregister. “Waar werkgevers met smart op wachten is een goede regeling voor inkoop van diensten. Inkoop zou moeten meetellen voor het quotum bij de inkoopende werkgever als het werk gedaan wordt door iemand met een arbeidsbeperking. Daarnaast moeten we ook naar de lange termijn kijken: regelingen als loonkostensubsidie en no-riskpolis voor

ziekte structureel en uniform maken helpt werkgevers over de drempel.”

Kandidaten in beeld

Een ander belangrijk punt is dat kandidaten voor vacatures nog onvoldoende in beeld zijn. “Er zijn steeds meer Wajongers zichtbaar, maar de doelgroep van de Banenafspraken is veel breder”, zegt Schuijjer. “Om werkgevers goed te kunnen helpen en de kans op een match te vergroten, moet het uitgangspunt zijn om talenten en competenties in beeld te brengen, en niet alleen de beperkingen. Volgens afspraak met het ministerie van SZW zouden er dit jaar 57.500 kandidaten in beeld moeten zijn. De Kandidatenverkenner Banenafspraken die het UWV dit najaar zal lanceren voor alle werkgevers kan daaraan bijdragen.”

Op naar de 100.000 banen

Dat de eerste cijfers over het aantal extra banen goed uitpakken is mede te danken aan het project Op naar de 100.000 banen. De campagne informeert en inspireert werkgevers om banen te realiseren voor mensen met een arbeidsbeperking. Martine Schuijjer is landelijk als manager van de regionale inzet nauw betrokken

bij het project. VNO-NCW Midden is zeer actief in het kader van dit project. Er zijn drie ‘aanjagers’ die als vraagbaak voor ondernemers bereikbaar zijn, er zijn factsheets en flyers en in juni verscheen de special van Middelpunt (het verenigingsblad van VNO-NCW Midden) met veel informatie en inspirerende voorbeelden over de Banenafspraken. “Samen met de uitgebreide website opnaarde100000.nl proberen we ondernemers helder te informeren, zodat ze weloverwogen de stap kunnen maken naar het werken met mensen met een arbeidsbeperking.” Schuijjer, met trots: “Het commitment van het bedrijfsleven aan dit project is groot. De ambitie is hoog en raakt alle werkgevers. De brede inzet van veel van onze leden is daarbij een geweldig resultaat.”

Utrecht

Ook in de regio Utrecht zien we dat werkgevers open staan voor het werken met mensen met een arbeidsbeperking. Gemeenten, UWV en SW bedrijven in de regio werken samen om de werkgevers daarbij goed te voorzien van informatie en de juiste kandidaten. In de regio heeft dat al geleid tot ruim 800 extra banen voor mensen met een arbeidsbeperking. ■

★★★★★
Oud London

HOTEL RESTAURANT

PROEF DE SFEER!

SLUIT 2016 IN STIJL AF!

*De centrale ligging, een bosrijke omgeving,
gastheerschap en culinaire specialiteiten maken
Hotel Restaurant Oud London een unieke en originele
locatie voor uw kerst- of nieuwjaarsbijeenkomst!*

HOTEL RESTAURANT OUD LONDON

Woudenbergseweg 52, 3707 HX Zeist, t. 0343- 491 245 www.oudlondon.nl

Beroep op de bedenkttermijn in de praktijk

Bedenkttermijn

Sinds 1 juli 2015 is het voor een werknemer mogelijk om zich te beroepen op de zogenaamde bedenkttermijn. De bedenkttermijn houdt in dat een werknemer binnen 14 dagen na het sluiten van een beëindigingsovereenkomst schriftelijk kan terugkomen op zijn besluit (en binnen 21 dagen indien de werknemer in de beëindigingsovereenkomst niet op de bedenkttermijn is gewezen). Weinig werknemers lijken in de praktijk gebruik te maken van dit recht. Recent leidde een beroep op de bedenkttermijn zelfs tot een ontbinding van de arbeidsovereenkomst (Gerechtshof 's-Gravenhage 23 augustus 2016, ECLI:NL:GHDHA:2016:2441).

Ontbinding arbeidsovereenkomst

Een werknemer sloot ongeveer drie maanden na indiensttreding voor onbepaalde tijd een beëindigingsovereenkomst met zijn werkgever onder toekenning van een vergoeding van één maandsalaris van € 7.500,- bruto. De werknemer kwam terug op zijn besluit en ontbond de beëindigingsovereenkomst met een beroep op de bedenkttermijn. Vervolgens gaf de werknemer aan bereid te zijn een nieuwe regeling te treffen, maar onder toekenning van een aanzienlijk hogere vergoeding van 12 maandsalarissen. De werkgever ging hiermee niet akkoord en stapte naar de kantonrechter. De kantonrechter ontbond de arbeidsovereenkomst op grond van



mr Emma van Dijk

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

een verstoorde arbeidsverhouding en kende aan de werknemer een billijke vergoeding toe van € 10.000,- bruto.

Verstoorde arbeidsverhouding

De werknemer laat het er niet bij zitten en gaat in hoger beroep. In lijn met de kantonrechter oordeelt het hof dat de arbeidsverhouding tussen partijen ernstig en duurzaam verstoord is doordat de werkgever de werknemer onverwacht op non-actief heeft gesteld en heeft aangegeven afscheid van de werknemer te willen

nemen. Van belang is dat volgens het hof de werknemer de verhouding verder verstoord heeft door de daarop volgende (re)actie(s). Daarbij speelt een rol dat de werknemer na juridisch advies te hebben ingewonnen de vaststellingsovereenkomst ondertekende, deze vervolgens ontbond, geen blijk gaf van een daadwerkelijke wil om zijn werk te hervatten en een fors hogere vergoeding verzocht.

Hogere vergoeding

Het hof bekrachtigt de ontbindingsbeschikking onder toekenning van een billijke vergoeding ter hoogte van € 30.000,- bruto omdat de werkgever de werknemer buiten de organisatie heeft geplaatst en hem geen reële kans heeft gegeven om de functie conform de wensen en eisen van de werkgever uit te voeren. De vergoeding valt voor de werknemer uiteindelijk dus hoger uit dan op basis van de regeling (€ 7.500,-).

Werknemers hebben met de invoering van de WWZ een nieuw 'bedenktrecht' gekregen waar in de praktijk (nog) niet veel gebruik van wordt gemaakt. Uit de uitspraak van het hof kan de conclusie getrokken worden dat een beroep op de bedenkttermijn onder omstandigheden kan bijdragen aan een verstoorde arbeidsverhouding tussen een werkgever en een werknemer.

2Twitit

On top of mind door strategische inzet social media

Social media zijn nog altijd ongekend populair. Ook het bedrijfsleven maakt er dankbaar gebruik van om diens naamsbekendheid te verbeteren en de conversie naar de website te vergroten. Maar wie zelf met social media aan de slag wil, moet daar volgens Dick Willems en Maikel Martens van Nederlands eerste social mediabureau 2Twitit wel tijd en enthousiasme in steken.



Met social media kun je als bedrijf veel bereiken op het gebied van marketing, maar een juiste aanpak is daarbij wel cruciaal. “We zien vaak dat bedrijven er mee bezig zijn, zonder dat het onderdeel uitmaakt van hun strategie”, vertelt projectmanager Dick Willems. “Dit zie je dan terug in onder andere het feit dat de pagina’s niet mooi zijn vormgegeven, terwijl je hier zo veel meer mee kan. Ook moet de informatie op je pagina kloppen en qua huisstijl en uitstraling naadloos aansluiten bij je website.” Een ander indicatie is een laag aantal likes en volgers, terwijl er volgens Dick veel manieren zijn om een relevante doelgroep op te bouwen. “Denk aan goede acties, de vermelding van je website en nieuwsbrieven, het posten van relevante content en gericht adverteren. Hierdoor gaan mensen je volgen. Als zij vervolgens jouw uitingen gaan delen, functioneren zij als jouw ambassadeur. Vergeet niet dat Facebook in Nederland 9,5 miljoen gebruikers heeft tussen de 12 en 65 jaar. Dankzij het feit dat velen van hen een smartphone hebben, zit je letterlijk in de broekzak van je potentiële klant en mag je je in diens wereld begeven.”

“Een goede balans tussen content en commerciële uitingen is daarbij essentieel, net als het opbouwen van een relatie met je fans”, vult social media adviseur

Maikel Martens aan. “Dat bereik je door de interactie met je volgers aan te gaan en dit te blijven doen. Denk aan een restaurant dat reageert op de foto’s van gerechten die diens volgers op Instagram posten. Of post drie opties voor een omslagfoto en laat je volgers bepalen welke het mooist is.”

Dick: “Dat contact met je volgers is ook essentieel als iemand een klacht uit op social media. Dan moet je eigenlijk binnen 24 uur, en zelfs het liefst binnen twee uur reageren. Maar liefst 70% van de klachten wordt al opgelost door te reageren en een oplossing te bieden. Zo iemand voelt zich dan gehoord, en met de juiste strategie kan de klager juist een fan worden.”

Affiniteit

Wanneer bedrijven social media als strategisch marketingmiddel inzetten, kan dit een enorme bijdrage leveren aan de naams- en merkbekendheid, de profilering en de conversie naar de website en/of de fysieke winkel. Maar het juiste manier om dit te doen kost echter wel wat tijd en aandacht. “De inzet van social media maakt het verschil op het moment dat je er echt voor gaat zitten en over de nodige creativiteit beschikt om relevante content te kunnen schrijven”, zegt Maikel. “Ook moet je regelmatig iets van je laten horen. Ondernemers die



Maikel Martens



Dick Willems

affiniteit hebben met social media en hier veel tijd voor vrij kunnen maken, kunnen dit prima zelf doen. Ook wanneer je een heel complex product biedt en je als specialist graag zelf in contact blijft met je doelgroep, kun je overwegen om het zelf te regelen. Hetzelfde geldt voor hele persoonlijke producten en diensten zoals bij coaches en trainers. Bij dit soort beroepen is het belangrijk dat de content heel dichtbij de ondernemers zelf staat.”

Doelgroep centraal

Een groeiend aantal bedrijven kiest er echter voor om het beheer van hun social media-accounts uit te besteden. “Als social media bureau helpen wij bedrijven met de inzet van Facebook, LinkedIn, Instagram en Twitter”, legt Dick uit. “Dit zijn mkb’ers maar ook ketens die landelijk opereren en meerdere vestigingen hebben. Bij laatstgenoemde categorie zorgen we dat alle content en alle accounts per vestiging goed zijn ingericht, dat de posts per account kloppen en dat er continu wordt gemonitord. Wij worden dan als het ware een verlengstuk van de marketingafdeling die flexibel kan worden ingezet.” Maikel: “Door middel van een social media scan achterhalen we samen met de klant welke media bij het bedrijf passen,

op welke media hun doelgroep actief is, waar deze doelgroep in geïnteresseerd is en hoe de klant het beste met hen kan communiceren. Vervolgens richten wij conform de huisstijl van het bedrijf de accounts in en schrijven wij de content die de klant door de vaste contentmanager vooraf ter goedkeuring krijgt

2Twitit heeft inmiddels een flinke schare enthousiaste klanten opgebouwd in het b2b- en b2c-segment.

voorgelegd. Daarna zorgen wij dat de berichten op de juiste dagen worden ingepland en gepost. Daarbij spelen we in op de actualiteiten, het nieuws en de feestdagen.”

Dick: “Onze meerwaarde zit in het maken van de vertaalslag naar de doelgroep en het wegzetten van relevante, creatieve posts en strategische advertenties op de juiste kanalen en bij de juiste doelgroep. Klanten van een bank zijn

bijvoorbeeld vaak niet direct geïnteresseerd in het overstappen naar een nieuwe hypotheek, maar zijn wel op zoek naar tips bij de aan- en verkoop van een huis. Daar kun je slim op inspelen door bijvoorbeeld een onderzoek te publiceren over hoe huizen eerder verkocht worden. De interesses van de doelgroep van de klant staan steeds centraal.”

Maikel: “Wanneer een potentiële klant jouw pagina volgt en steeds leuke content voorbij ziet komen, kan deze uiteindelijk beslissen tot de aankoop van jouw dienst of product. Jij bent dan *on top of mind* dankzij het strategisch inzetten van social media.”

Analyse

Het blijft bij 2Twitit echter niet bij enkel het posten van berichten. “Zodra een bericht online komt, houden we in de gaten wat er met de berichten gebeurt”, vertelt Maikel. “Welke tijdstippen hebben het meeste effect? Leidt een post tot een bezoek aan de website en welk gedrag wordt daar vertoond? Haken mensen snel af, dan kan het relevant zijn om de website aan te passen.” Dick noemt een voorbeeld: “Bij een klant die snurkbeugels produceert, kwamen we er achter dat mensen die de website bezochten ook geïnteresseerd zijn in datingsites. Door met de content voor deze klant te focussen op de emoties die opspelen rondom een scheiding, ging de conversie naar de website omhoog.” 2Twitit haakt ook in op mensen die een product niet liken, maar hier juist over klagen op social media. Omdat een snelle reactie vanuit het bedrijf belangrijk is, biedt het bedrijf naast contentmanagement en advertising ook zeven dagen per week webcare waarbij vragen en klachten netjes worden afgehandeld.

Creativiteit

2Twitit heeft inmiddels een flinke schare enthousiaste klanten opgebouwd in het b2b- en b2c-segment. “Het grote voordeel is dat we met een team van tien mensen vanuit een hele andere invalshoek over een product of dienst kunnen nadenken”, vertelt Maikel. “Dit zorgt voor de nodige creativiteit, en dat zie je ook terug in ons bedrijf. Ons kantoor bestaat uit drie omgebouwde zeecontainers en maakt onderdeel uit van de Houtwerf, een verzamelplaats van allerlei creatieve ondernemers in Nijmegen waar we graag mee samenwerken. Hetzelfde geldt voor onze samenwerking met onze klanten. Wij hechten veel waarde aan een goede band met de klant, anders kunnen wij ons werk niet goed doen.” ■



Echt Bourgondisch genieten...dat kan nergens beter dan bij 't Wapen van Haarzuylens!

Het einde van het jaar is weer in zicht en het wordt weer tijd om uw medewerkers te bedanken voor hun inzet en hen te verrassen met een eindejaar bijeenkomst in de vorm van een gezellige middag met glühwein, kerststol, kerststaf of een koud en warm buffet, een heerlijk diner met diverse wildgerechten of een walking dinner.

Wij zorgen er graag voor dat u écht uit bent...en zich tegelijkertijd helemaal thuis voelt! En heeft u iets te vieren of te bespreken? Bij

't Wapen van Haarzuylens hebben wij naast ons à la carte restaurant drie sfeervolle zalen, die ruimte bieden voor ieder gezelschap. Ons enthousiaste team stelt alles in het werk om uw evenement tot een succes te maken, van bruiloft, verjaardag of jubileum tot bedrijfsfeest. Dankzij onze centrale ligging met gratis parkeergelegenheid in het pittoreske Haarzuylens op steenworp afstand van Utrecht, is 't Wapen van Haarzuylens bovendien de ideale locatie voor al uw zakelijke bijeenkomsten.

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



CARLTON
PRESIDENT
UTRECHT MAARSSEN



**WE MAKE YOUR
BUSINESS EVENT
ONE TO BE
REMEMBERED**

◆

our excellent and personal service
is an experience you won't forget

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

*Let's make a memory!
Groetjes, Anne*



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY

**DE NIEUWE
PROACE**
DE 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.

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

Maatschappelijk verantwoord ondernemen bij Hago vindt zijn oorsprong in 1943. In dat jaar richt Ton Goedmakers Hago op. Een ondernemer die verder keek dan geld verdienen. Aandacht voor mensen, binnen en buiten het bedrijf, was in zijn optiek het recept voor zakelijk succes. Wat tegenwoordig maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) heet, stroomt in wezen al sinds de oprichting door de aderen van Hago. Onder haar klanten bevinden zich toonaangevende bedrijven als Ahoy, DSM, Erasmus MC, GelreDome, NS, Ziggo en Schiphol. Ook in Utrecht is Hago actief.



Hago

Duurzaam schoon!

Hago groeide in zeventig jaar uit van een klein, Limburgs familiebedrijf tot één van de grootste landelijke schoonmaakbedrijven in Nederland. Met bijna 12.000 medewerkers en ruime ervaring in schoonmaakdienstverlening en specialistische schoonmaak, realiseert Hago een omzet van 350 miljoen euro. Het bedrijf maakt schoon onder meer schoon in kantoren, zorgorganisaties, onderwijs, grote publieke ruimten, transport en industrie. Het bedrijf is onderdeel van Vebego, dat in vier landen actief is op het gebied van schoonmaak, facilitaire dienstverlening en zorg-ondersteunende diensten. In Utrecht is Hago al langer actief bij onder andere Hogeschool Utrecht (HU), Domus Medica, Deloitte en Achmea. Bij de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht, sloot Hago begin dit jaar een overeenkomst voor een langdurige samenwerking. ‘Partnerschap, waarin goede kwaliteit van de schoonmaak, duurzaamheid en aandacht voor de schoonma-

ker centraal staan’, zo viel destijds te lezen in het persbericht.

Betrokken ondernemer

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is een verzamelbegrip geworden waarbij de nadruk vaak ligt op zaken als het milieu en duurzame producten. Bij Hago draait het voornamelijk om mensen. Dagelijkse goed en verantwoord schoonmaken op meer dan 5.000 locaties, begint en eindigt bij Hago met de inzet, kennis, ervaring én de verantwoordelijkheid van de mensen. Recent ontving bijvoorbeeld de TOP Academie, een initiatief van Hago Zorg om de jeugdwerkloosheid in de gemeente Rotterdam te bestrijden, zelfs een Golden Service Award mvo, een belangrijke erkenning.

Partner van De Slinger

De Utrechtse projecten van Hago verklaren mede de betrokkenheid bij het netwerk van De

Slinger. Rob Janse, sinds 2012 commercieel manager binnen onder andere de provincie Utrecht, licht toe. “Ik bezocht met collega’s, soms op uitnodiging, diverse netwerkbijeenkomsten van De Slinger. Onder andere de Meetup in juni dit jaar bij Bar Beton met Martijn Aslander. Ons werd daarbij duidelijk dat wij als partner van toegevoegde waarde kunnen zijn binnen het netwerk. Met de enorme kennis en ervaring die Hago in de loop van de tijd heeft opgedaan met maatschappelijk verantwoord ondernemen willen wij anderen graag inspireren, stimuleren en op weg helpen. Samen met De Slinger pakken we dat de komende tijd graag op om daarmee concreet invulling te geven aan een betrokken economie.” ■

Hago | T 0800 – 235 4246 | www.hago.nl

Bobby

DE BESTE ANTI-DIEFSTAL RUGZAK

Dagelijks worden wereldwijd 400.000 incidenten met zakkenrollers gemeld. Dit gaat u niet overkomen, met de nieuwe Bobby anti-diefstal rugzak.



ANTI-DIEFSTAL



VEILIG OP DE WEG



WATERAFSTOTEND



VERBORGEN RITS



ANTI-CUT



GEAVANCEERDE
OPSLAG
MOGELIJKHEDEN



GEÏNTEGREERDE
USB-POORT



SCHOKBESTENDIG



Kop & Schouders

promotiepartner van formaat

HALLO, ik ben Jeroen Sölner

Jouw Regionale Promotiepartner in Midden Nederland

Kop & Schouders Midden Nederland biedt een one-stop-shop principe voor de levering van custom made promotionele artikelen, specifiek voor de provincie Utrecht. Denk hierbij aan het bedrukken van premiums, give-aways, gadgets, relatiegeschenken, merchandise, promotioneel textiel en kerstpakketten.

Met plezier werk ik iedere dag samen met mijn klanten aan hun promotionele uitdagingen. Deze uitdagingen variëren van eenvoudig tot zeer complex. Een band opbouwen met klanten is

niet alleen leuk om te doen, maar ook zeer waardevol. Hierdoor kan ik snel schakelen, goed adviseren, en verrassen. Mijn streven is dan ook om net dat beetje extra te doen, waardoor je boven verwachting presteert. Klanten waarderen dat en komen terug.

Ben je op zoek naar een promotionele partner, ik help je graag verder.

☎ 06 - 22 07 21 03

✉ jeroen@kopenschouders.nl



TRENDS 2017

De promotionele trends die je niet wilt missen!

WOW, wat ontwikkelt de promotionele industrie zich razendsnel. Met een constante focus op productontwikkeling, komen er jaarlijks duizenden unieke producten bij. De keuze voor promotionele producten, merchandise of kleding zijn reflecties van de hedendaagse consumenten trends. Voor bedrijven die hun merk willen promoten met de inzet van promotionele items, zal 2017 een jaar zijn van originele ideeën die écht impact hebben.



TREND
1

Goedkope promotionele producten zijn uit.

In het verleden bestelden bedrijven grote hoeveelheden goedkope promotionele producten, gewoon om iets met hun logo erop weg te kunnen geven. Maar bedrijven leren dat de producten die zij weggeven aan klanten, prospects en medewerkers, een directe weerspiegeling is van de kwaliteit van hun merk.

TREND
2

Milieuvriendelijke promotionele producten geven mensen een goed gevoel over uw bedrijf.

De toestand van het milieu blijft een hot topic ook in 2017, en mensen proberen harder dan ooit groen te leven. Welke invloed heeft dit op de keuze van promotionele producten in 2017?

Duurzame en milieuvriendelijke producten helpen je bij het uitdragen van de normen en waarden van je bedrijf en de boodschap dat je milieubewust bezig bent. Ik verwacht dat in 2017, bedrijven gaan heroverwegen om de alledaagse producten die ze bestellen, om te zetten naar meer duurzame opties. Gerecyclede notebooks, bamboe pennen, biologisch afbreekbare katoenen tassen en hervulbare waterflessen zijn populairder dan ooit.



TREND
3

Het draait allemaal om de verpakking en presentatie.



Wanneer het gaat om verleiding van je klanten met merchandise en promotionele producten, is het niet meer genoeg om het alleen maar uit te delen.

De presentatie en verpakking van je product is bijna net zo belangrijk als de producten zelf. De tijd nemen om je producten op een unieke manier te presenteren, vertelt ook veel over je bedrijf. Is de presentatie leuk? Professioneel? Uitdagend? Verrassend? Anders? Ook dit is een reflectie van je bedrijf. Een mooi voorbeeld hiervan is de custom made power bank. Bedrijven zullen steeds creatiever worden in de manier waarop ze bij hun publiek willen overkomen.

TREND
4

Technologische promotionele producten maken een grote impact.

Nut is altijd een van de sleutels tot een succesvol promotioneel product, en technologische promotionele producten zijn één van de nuttigste van allemaal.

Neem de mobiele power bank. 87% van de consumenten geven aan dat ze een promotionele power bank zouden gebruiken, omdat het handig is. Nieuwe tech-accessoires worden voortdurend uitgevonden. De populariteit van deze producten zal de manier van denken door marketeers gaan veranderen.



TREND
5

Promotionele producten zijn belangrijk voor de totale marketingstrategie.



Voorbij zijn de dagen dat je op het laatste moment nog een effectief beurs give-away wist te regelen! In 2017 begrijpen bedrijven, dat promotionele producten en merchandise onderdeel moet zijn van hun totale marketing strategie, en niet een bijzaak.

De inzet van promotionele producten bij het werven van leads, sales-cycles of wervingsstrategieën worden onderdeel van de standaard bedrijfsprocessen. Het creëren van een werkelijke effectieve promotionele product strategie kost tijd en middelen, maar het werkt!

In 2017 zullen veel bedrijven zich hierop gaan richten.

Ik help graag organisaties die met deze trends aan de gang gaan.

Voor vragen of het maken van een afspraak ben ik te bereiken via jeroen@kopenschouders.nl

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

BUSINESS



POSTNL KIEST VOOR HET KLOOSTER

PostNL realiseert een nieuw pakketten sorteercentrum op Het Klooster. Het logistieke bedrijf kocht hiertoe een kavel van zo'n 34.000 m² op het Nieuwegeinse bedrijventerrein. Mede door de groei van de e-commerce markt is er een stijgende vraag naar pakketbezorging. Als antwoord op de volumestijging en om de logistieke infrastructuur te moderniseren, kiest PostNL Pakketten voor centra waar zowel de sortering als distributie op dezelfde plek plaatsvindt. Gerrit Mastenbroek, algemeen directeur Pakketten en Logistiek: "We kiezen voor Nieuwegein omdat hier de mogelijkheid is om een sorteer- en distributiecentrum te bouwen met mogelijkheden zoals een crossdock en ruimte met temperatuurregeling. Daarnaast heeft bedrijventerrein Het Klooster een goede ontsluiting richting de A27 en is centraal gelegen in het verzorgingsgebied van het sorteercentrum. Ook de (toekomstige) aanwezigheid van logistieke centra op het bedrijventerrein is een van de redenen om ons juist hier te vestigen." In Nieuwegein zal PostNL 350 arbeidsplaatsen bieden waarvan een deel voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. De oplevering van het sorteer- en distributiecentrum staat gepland in september 2017. PostNL is voornemens om op het dak 1.150 zonnepanelen te plaatsen. Die zullen zo'n 40% van het energieverbruik opwekken.

RIJK VAN ARK DIRECTEUR UTRECHT MARKETING

In de nieuwe organisatie Utrecht Marketing worden toerisme (Toerisme Utrecht) en cultuur (Cultuurpromotie Utrecht) samengevoegd. Directeur wordt Rijk van Ark. Hij is op dit moment directeur Economie bij de gemeente Amsterdam en was de afgelopen zeven jaar nauw betrokken bij citymarketing. "De positionering van de stad heeft al heel lang mijn passie," aldus Van Ark. "De groeiende aantrekkingskracht van steden voor bewoners, bezoekers, bedrijven en instellingen vergt in deze tijd een duidelijke en gerichte aanpak. De oprichting van Utrecht Marketing maakt een einde aan versnippering en past helemaal in die lijn. Dat is voor mij de reden om daar de komende jaren leiding aan te willen geven. Na veertien jaar Amsterdam vind ik het leuk om voor een andere stad en regio te gaan werken. Utrecht heeft een heel eigen profiel met veel kansen in termen van kwaliteit en leefbaarheid. Dat is voor mij een prachtige nieuwe uitdaging." Na een inwerkperiode wordt Van Ark vanaf de juridische start per 1 januari 2017 eindverantwoordelijk voor de nieuwe organisatie.



Carlton President

Now let's make your memory!

Of het nu een vergadering, training, congres of ander zakelijk evenement betreft, één dag of meerdere dagen; bij Carlton President is het succes verzekerd! En met onze uitstekende en persoonlijke service zal het er eentje zijn om met plezier op terug te kijken. Dus: begin met plannen en boek jouw business event bij ons!

Polaroidcamera cadeau

Boek jouw event bij onze Collega Anne en ontvang een mooie polaroidcamera cadeau. Want wanneer jouw event er eentje is om met veel plezier op terug te kijken, zijn wij blij dat je de foto's nog hebt. Vraag naar de voorwaarden.



Neem voor meer informatie of het boeken van een bijeenkomst contact op met Anne via banqueting@president.carlton.nl of 030-2425900. Benieuwd naar onze persoonlijke touch? Neem alvast een kijkje op carlton.nl/president en [instagram.com/carltonutrecht](https://www.instagram.com/carltonutrecht)

Anne; Laat mij jou inspireren!

Toplocaties in Midden-Nederland



De centrale ligging en het uitgebreide aanbod maken Midden-Nederland tot de ontmoetingsplaats bij uitstek. Of u op zoek bent naar een vergader-, evenementen-, training- of outdoorlocatie of gewoon gezellig wilt lunchen met een relatie, de regio heeft volop te bieden. Om u wegwijs te maken, brengt Utrecht Business een aantal toplocaties in kaart. Zij vormen het perfecte decor voor uw bijeenkomst of evenement.

1

★★★★★
Oud London
MEETING & EVENTS

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

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

2

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

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

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

www.vineyardfoodanddrinks.nl

Interieur fotografie: Bas Arps

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



JAPANS
Teppan Yaki,
Sushi & Sashimi

CHINEES
Specialiteiten uit
Kanton en Szechuan

oriëntaals restaurant
Juliana | 花城
JAPANESE EN CHINESE SPECIALITEITEN

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

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



LOCATIE 78

VEELZIJDIG & GASTVRIJ

Vergadering, lunch of diner?

www.locatie78.nl

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

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




Woudschoten

HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

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




wapen van haarzuylen

Mariënhof Amersfoort


MONUMENTAAL STADSKLOOSTER IN HET HARTJE VAN AMERSFOORT!

VERGADEREN - CONGRESSEN - EVENEMENTEN - UNIEKE CONCEPTEN

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



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



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

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



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



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

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



Restaurant

't Wapen van Haarzuylen



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

Bourgondisch genieten!

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

www.wapenvanhaarzuylen.nl



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

 Download onze App
iOS + Android

www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg

Vernieuwde faciliteiten hoofdgebouw Stadion Galgenwaard

Zakelijk middelpunt van Nederland

De hospitalityruimtes op de tweede en derde etage van Stadion Galgenwaard ondergingen afgelopen zomer een metamorfose. Met een volledig nieuwe inrichting is een omgeving gecreëerd waarin het nog beter netwerken en zakendoen is. Half oktober vond de Grand Opening plaats.





Prachtige plek

Niet alleen de businessrelaties van FC Utrecht kunnen gebruik maken van de vernieuwde faciliteiten. “Er is een toenemende interesse om meer in het stadion te doen op het gebied van vergaderen en bedrijfsbijeenkomsten,” weet Standaard. “Bedrijven kunnen hier seminars, bijeenkomsten en evenementen organiseren in een aansprekende omgeving die van alle gemakken is voorzien. Want naast een sfeervolle voetballocatie is Stadion Galgenwaard natuurlijk ook een modern vergader- en zalencentrum voor een brede doelgroep. Dit maakt Stadion Galgenwaard tot een zakelijk middelpunt van Nederland. Zowel op wedstrijddagen als doordeweeks is het een prachtige plek om relaties te ontvangen en business te versterken.”

Na de verbouwing van de hospitalityruimtes in het hoofdgebouw staan de komende periode ook de doorontwikkeling van de publiekspromenade en de fanshop in Stadion Galgenwaard op het programma. ■

Wilt u een wedstrijddag meemaken in het hoofdgebouw van Stadion Galgenwaard of tijdens een persoonlijke rondleiding de hospitalityruimtes ervaren? Neem dan contact op met Arnaud Miltenburg van FC Utrecht Business via 06-22373872 of arnaud.miltenburg@fcutrechtbusiness.nl.

Jarenlang is door drie partijen eendrachtig gewerkt aan de vernieuwing van de hospitalityvoorzieningen: Memid Galgenwaard, Maison van den Boer en FC Utrecht. Tijdens de Grand Opening stonden zij samen op het podium om vol trots het eindresultaat te presenteren aan zo'n 350 genodigden.

Zware dobber

Na de rigoureuze verbouwing op trainingscomplex Zoudenbalch en het vernieuwde geluidstelsel in het stadion was de verbouwing van de tweede en derde verdieping het derde grote project in de ontwikkeling van FC Utrecht. Algemeen Directeur Wilco van Schaik is verheugd: “In de zomermaanden is door vele mensen dag en nacht gewerkt om de twee verdiepingen volledig te strippen. Het was een zware dobber maar met dit resultaat is dat het allemaal waard geweest.”

Nog meer maatwerk

“Niet alleen sportief, ook als het gaat om hospitality en beleving heeft deze club hoge ambities,” zegt Martijn Standaard, Commercial Director van FC Utrecht. “Om onze leden en hun gasten een passende entourage te bieden, is besloten tot deze ingrijpende verbouwing.” Standaard is blij met de metamorfose. “Het zijn echt geweldige verdiepingen geworden met een inrichting die een chique en toch informele sfeer oproept. Ruimtes zijn flexibel in te delen waardoor nog meer maatwerk mogelijk is. Je kunt bijvoorbeeld met een gezelschap in een separate ruimte dineren.”

Culinaire versnaperingen

Op 12 oktober konden gasten voor het eerst kennismaken met de nieuwe voorzieningen. De aanwezigen werden getraakteerd op een avond vol culinaire versnaperingen van Maison van den Boer. Vestigingsmanager Bart Oudenhoven: “Samen met FC Utrecht hebben we bestaande businessclubleden en toekomstige bezoekers laten zien waar we als samenwerkende partijen toe in staat zijn. We kijken ernaar uit om zoveel mogelijk partijen - van mkb-ers tot multinationals - kennis te laten maken met het vernieuwde hoofdgebouw van Stadion Galgenwaard.”



Erik ten Hag legt de lat hoog

“Alleen als het team klopt, kunnen spelers uitblinken”

Na het succesvolle vorig seizoen komt FC Utrecht ook dit voetbaljaar op stoom. Trainer Erik ten Hag oogst veel waardering voor zijn aanpak. Hij is veeleisend. Voor zijn spelers en staf, maar zeker ook voor zichzelf. “Ik stel me continu de vraag: wat kan anders, wat moet beter?”

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE FRANK ZILVER

Als voetballer viel Erik ten Hag op door zijn inzicht en coaching. “Dat zat er altijd al in. Het hoorde ook bij mijn positie op het veld. Dus de keuze voor het trainerschap was logisch.” Die carrière begon in 2002 als hoofd opleidingen bij FC Twente. Vervolgens werd Ten Hag assistent van Fred Rutten bij PSV. Logische volgende stap was het hoofdtrainerschap van Go Ahead Eagles. Met die club promoveerde hij naar de eredivisie. Vervolgens stapte Ten Hag over naar FC Bayern München. “Toen Matthias Sammer werkzaam was bij de Duitse voetbalbond toonde hij interesse in mijn visie op jeugdopleiding. We hebben altijd contact gehouden. Later werd Sammer technisch directeur bij Bayern München en vroeg mij trainer van het tweede elftal te worden, als eindstation van alle jeugdteams. Ik ben leergierig, doe graag nieuwe ervaringen op. Het was een buitenkans om bij zo’n internationaal toonaangevende club te werken.”

Grensverleggend

Ook al gaat het om het tweede elftal, Bayern München is altijd favoriet. “Winnen is de norm, met minder wordt geen genoegen genomen. Tegenstanders waren er altijd op gebrand om ons te verslaan. De ervaring om continu onder druk te presteren, komt goed van pas.” Op fysiek gebied zijn Duitse clubs grensverleggend. “De lat ligt een stuk hoger dan hier. Als gevolg daarvan wordt ook mentaal meer gevraagd. Dan blijkt dat mensen meer kunnen dan ze denken.” Ten Hag is veeleisend; voor zijn spelers en staf, maar zeker voor zichzelf. “In zo’n competitieve omgeving gedij ik dus prima. Mijn ambitie ligt echter niet bij het jarenlang trainen van een tweede elftal.”

Waardering van vakgenoten

Na twee jaar in München koos Ten Hag daarom voor FC Utrecht. “Dit is een aantrekkelijke club. Ook de combinatie van trainer en technisch manager spreekt me aan. In deze rol houd ik me niet alleen bezig met het eerste elftal, maar met de hele club. Dus ook met het jonge talent waarvan er in deze regio zoveel rondloopt. Verder kenmerkt FC Utrecht zich door beleving en een kritische achterban. Kortom: een mooie uitdaging.” Vorig seizoen presteerde de club uitstekend, al bleef door het verliezen van de bekerfinale en het op een haar na missen van Europees voetbal de verdiende bekroning uit. Ook onder vakgenoten is er waardering voor Ten Hag’s prestatie. Hij ontving de Rinus Michels Award voor beste trainer volgens zijn collega’s uit het betaald voetbal. “Het benadrukt dat we hier wat moois hebben neergezet. Er zijn prima resultaten behaald met aansprekend voetbal.”

Dominant en aantrekkelijk

À propos collega’s: welke trainers zijn Ten Hag vooral bijgebleven? “Uit mijn jonge jaren als speler bewaar ik goede herinneringen aan Kees Rijvers.

Ook van Fred Rutten heb ik veel geleerd. En Pep Guardiola is natuurlijk een van ’s werelds beste trainers. Zijn teams spelen het meest aansprekende voetbal van dit moment. Daaraan ligt een plan ten grondslag. Tijdens mijn periode bij Bayern München heb ik zijn aanpak van dichtbij mee mogen maken en daar veel van opgestoken. Guardiola staat voor dominant en aantrekkelijk voetbal, een speelwijze die mij zeer aanspreekt. Natuurlijk moet je daarbij de realiteit niet uit het oog verliezen. Uiteindelijk bepaalt de kwaliteit van het beschikbare materiaal de manier van spelen.”

Individu en collectief

In de loop der jaren heeft Ten Hag het voetbal zien veranderen. “In het verleden bleven teams veel langer bij elkaar en ontstond een band tussen spelers. Nu zijn zij vaak maar kort bij een club en trekken dan weer verder. Spelers krijgen de mogelijkheid snel veel geld te verdienen en die kans pakken ze. Let wel: dat is geen verwijt, alleen een constatering. Spelers zijn individualistischer geworden en kiezen vooral voor zichzelf. Dat maakt het voor een trainer moeilijk om alle kikkers in de kruiwagen te houden en om een hecht team te vormen waarbij niemand zich boven de groep stelt.” Want dat is cruciaal, benadrukt Ten Hag. “Je moet het samen doen. Alleen als het team klopt, kunnen individuele spelers uitblinken. Kijk naar Ramselaar en Letschert; de vervolgstap in hun carrière is vooral het resultaat van de collectieve inspanningen van het team. Om dat besef tussen de oren te krijgen, is misschien wel mijn belangrijkste opgave als coach.”

Geen grote ego’s

De FC Utrecht-trainer is stoïcijns, ook als het even tegenzit zoals in het begin van het nieuwe seizoen. “Ik volg mijn eigen weg, laat me niet snel afleiden. En ben kritisch op mezelf, stel me continu de vraag: wat kan anders, wat moet beter?” De goede prestaties van vorig seizoen zorgen voor veel krediet bij de achterban. Ook tijdens de stoeve competitie start klonk amper gemor. Eind oktober staat de club weer in het linkerrijtje en is de derde bekeronde bereikt. “Het gaat erom, een team te vormen. Als dat lukt dan volgen de resultaten vanzelf.” Wanneer is het seizoen voor Ten Hag geslaagd? “Ik leef bij de dag. Daarbij staat alles in het teken van de volgende wedstrijd en – gezien mijn functie als technisch directeur – de lange termijn voor FC Utrecht. Belangrijk is dat ik hier kan werken in een omgeving waar ik me senang voel, met mensen die dezelfde drive hebben. Er zijn hier geen grote ego’s; iedereen zet zich in voor de club. Net als op het veld is dat een voorwaarde om maximaal te kunnen presteren.” ■

Wim de Rooij en Henk Klein Gunnewiek zijn de mannen achter samenwerkingscollectief POMbetuwe. Wim de Rooij: "Ervaring leert dat zeventig procent van de opdrachtgevers niet direct de juiste vraag stelt. Er zit dan een vraag achter de vraag. Die vraag komt tot de kern en is het vertrekpunt voor de oplossing. Het begint dus met de juiste vraag helder te krijgen. Wat POMbetuwe onderscheidt is dat wij veel energie steken in het zoeken naar de juiste vraag."



POMbetuwe – Wij steken anders in!

Zeventig procent opdrachtgevers stelt niet de juiste vraag

Vanuit bovenstaand gegeven startten Wim de Rooij en Henk Klein Gunnewiek in een gerestoureerd pand in Culemborg het samenwerkingscollectief POMbetuwe. Begin 2016 groeide dit netwerk uit tot een groep van 24 professionals die samen aan de slag gaan met de vraag achter de vraag. De professionals van POMbetuwe hebben expertise op het gebied van strategie, organisatieproblematiek, communicatie, marketing, HRM, logistieke processen, huisvesting, procesbegeleiding en coaching.

Aanpak

In samenwerking met de opdrachtgever maakt POMbetuwe de analyse om vraagstukken helder te krijgen en daarmee aan de slag te gaan.

Een opdrachtgever zei: 'Ik wil betere resultaten met mijn groep.' Maar eigenlijk was de vraag: 'Ik heb meer verbonden medewerkers nodig, hoe realiseer ik dat?' "Vanuit een salesvraag kwamen we zo op een coachvraag", legt Henk Klein Gunnewiek uit. "Effect was dat met de betere groepsdynamiek de resultaten structureel verbeterden." Als oprichters zijn Wim en Henk het vaste contact naar de opdrachtgever en zorgen zo voor de continuïteit.

Maatwerk

Klein Gunnewiek: "We merken dat organisaties praktische en uitvoerbare oplossingen willen die rekening houden met toekomstige ontwikkelingen." Dit betekent dat Wim en Henk

kijken welke expertise, en dus welke professionals, het beste passen bij de vraag van de opdrachtgever.

De andere insteek

Antwoord op de juiste vraag, passende tarieven door een platte organisatie en brede aanvullende expertises vanuit professionals. ■

Wat is eigenlijk uw vraag?

Maak eens een afspraak met Wim of Henk voor een goed gesprek.

Wim: 06 3654 3417 Henk: 06 3367 0397

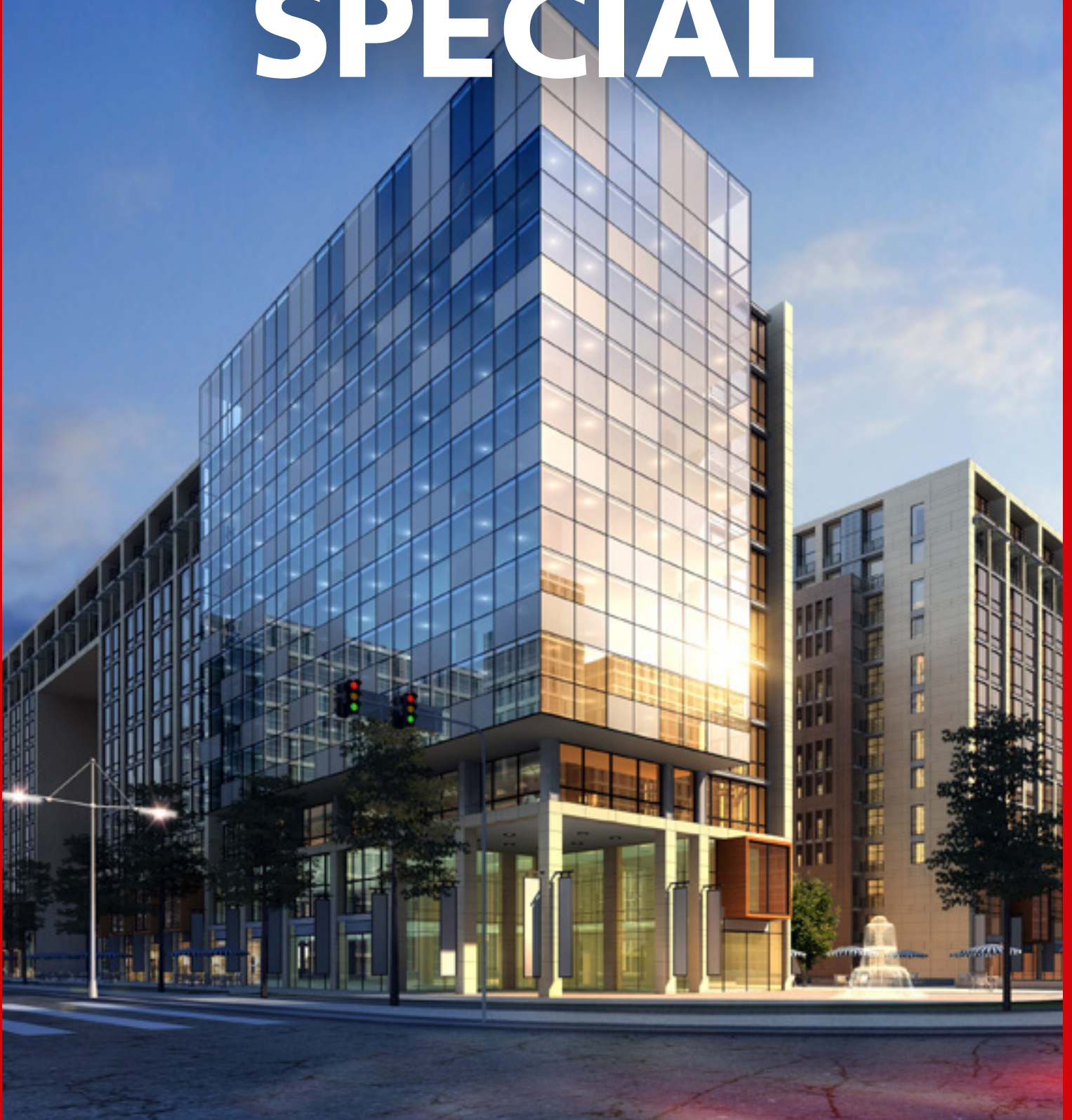
Havendijk 2, Culemborg

Info@POMbetuwe.nl www.POMbetuwe.nl

UTRECHT

BUSINESS®

VASTGOED SPECIAL





WBU Flex Alarm



Beveiligt leegstand of
tijdelijk onbemand

Met opvolging
bij melding



Veilig en tevens Antikraak



Leegstand of tijdelijk onbemand? **WBU Flex Alarm houdt een oogje in het zeil**

Heeft u behoefte aan een tijdelijke beveiliging van zakelijke objecten/woningen? Dan biedt WBU Flex Alarm uitkomst. Een adequate inbraakbeveiliging MET opvolging bij melding. Ideaal voor vakantieperioden en (tijdelijke) leegstand van kantoren, magazijnen, vakantiehuisen, garages, boten en caravans.

Voor elke situatie een systeem

Te huur vanaf 1 week • Met opvolging bij melding • Aantrekkelijke tarieven/abonnementen • Voor particulier en zakelijk

www.wbubeveiliging.nl

WBU Beveiliging - Vechtensteinlaan 12G - 3555 XS Utrecht - 030 - 244 48 12

WOERDEN, Bierbrouwersweg 8 -10
Wagenmakersweg 8



Op de hoek van de Bierbrouwersweg en Wagenmakersweg gelegen bedrijfscomplex dat thans uit geschakelde bedrijfsruimten, kantoorruimten in één bouwlaag, een vrijwel solitair kantoorgebouw in twee bouwlagen en verhard buitenterrein bestaat. (Gedeeltelijke) Herontwikkeling naar bedrijfsruimte lijkt de meest geschikte aanwending. Het complex bevindt zich op het bedrijventerrein "Barwoutswaard" in het westelijk deel van Woerden, een bedrijventerrein met een zeer grote diversiteit van zowel lokaal tot regionaal opererende bedrijven.

Het complex is globaal als volgt ingedeeld:

- circa 695 m² bedrijfsruimte
- circa 755 m² kantoorruimte
- 23 gemarkeerde parkeerplaatsen
- circa 670 m² afgesloten verhard terrein (binnenplaats).

Koopsom € 750.000 k.k.

MONTFOORT, Tasveld 13



Op het bedrijventerrein IJsselveld (Tasveld) gelegen kleinschalig solitair (hoek)bedrijfsgebouw in twee bouwlagen (bouwjaar 1995).

Het complex heeft een totale verhuurbare vloeroppervlakte o.b.v. NEN2580 van circa 395 m² en is als volgt ingedeeld:

- circa 80 m² bedrijfsruimte/werkplaats b.g.
- circa 115 m² showroom/kantoor op de b.g.
- circa 105 m² kantoor op de verdieping
- circa 95 m² showroom/kantoor op de verdieping.

Voorzieningen:

- systeemplafonds v.v. hoogfrequente inbouw TL-verlichtingsarmaturen
- airconditioning v.v. afstandsbediening per kamer
- kantoor/showroom deels voorzien van ESD-vloer
- handmatig bedienbare overheaddeur met separate loopdeur in de zijgevel
- rolluik beveiliging tussen laad-/losgedeelte en achterliggende werkplaats
- demontabele entresolvloer

Koopsom € 290.000 k.k. vrij van BTW

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

088 makelaar
(088 6253522)

www.ijsselstreekzakelijk.nl

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

BUSINESS



NEDERLANDER DIK TEVREDEN MET BAAN

De Nederlander geeft zijn baan een 7,6. Dat blijkt uit een inventarisatie van Employment Services uit Baarn. Van alle ondervraagden geeft slechts 8,4 procent zijn baan een onvoldoende. Ruim 90 procent vindt de baan belangrijker dan het salaris. "Het feit dat de baan belangrijker wordt gevonden, is waarschijnlijk een gevolg van de crisis die achter ons ligt", constateert Diederik Leeman, managing partner van het 40-jarige Employment Services (werving, selectie en executive search). "Mensen zijn blij met de baan die ze hebben. Ruim een derde geeft aan voorzichtiger te zijn geworden door de crisis. Nederlanders wisselen daardoor minder snel van baan." Ruim tweederde van de ondervraagden is van mening dat bedrijven sollicitatiegesprekken niet professioneel voeren. Leeman: "Dit verbaast mij niet. Het voeren van een sollicitatiegesprek is een vak apart. De gesprekken worden helaas niet altijd door de juiste personen gehouden. Daarnaast weten bedrijven vaak niet welke competenties ze nu precies zoeken." Door de werkeloosheid is het aantal actieve zoekers op de arbeidsmarkt de laatste jaren fors toegenomen. Maar ook Nederlanders die niet actief op zoek zijn naar een nieuwe baan, geven aan open te staan voor nieuwe uitdagingen. Ruim 90 procent wil graag ingaan op een toenadering van een recruiter.

Top 3 leukste onderdelen van de baan

| | |
|---|-------|
| Inhoudelijke taken en verantwoordelijkheden | 65,0% |
| Collega's en bedrijfscultuur | 36,6% |
| Salaris/afstand woon werk | 32,5% |

Top 3 minst leuke onderdelen van de baan

| | |
|---|-------|
| Toekomstperspectieven en ontwikkelingsmogelijkheden | 45,5% |
| Collega's en bedrijfscultuur | 30,1% |
| Salaris | 24,4% |

LOPIK, Copenweg 43



Op de hoek van het bedrijventerrein "De Copen" gelegen en in nieuwstaat verkerende bedrijfsunit (bouwjaar 2011) voorzien van hoogwaardige installaties en afwerking. Gelegen op een kavel van 1.790 m² is circa 654 m² bedrijfsruimte op de begane grond aanwezig en circa 563 m² kantoor/showroom verdeeld over de begane grond en verdieping.

Voorzieningen o.a.:

- vrije hoogte bedrijfsstal ca. 8,0 m
- 2 elektrisch bedienbare overheaddeuren
- veel daglichttoetreding
- uitgebreide E- en W-installaties
- kantoor/showroom v.v. vloerverwarming en airco
- glasvezel internetaansluiting
- 8 parkeerplaatsen op eigen terrein.

Koopsom € 1.100.000 k.k.
Huurprijs € 7.500/maand

DE MEERN, Gessel 10 en/of 11



Het bedrijfsverzamelcomplex is gelegen nabij de entree van het bedrijventerrein "Oudenrijn" te De Meern. Per unit is circa 182 m² b.v.o. in 2 twee bouwlagen beschikbaar, als volgt onderverdeeld;

- ca. 91 m² b.v.o. bedrijfsruimte
- ca. 91 m² b.v.o. showroom/kantoorruimte
- parkeergelegenheid voor de unit.

Voorzieningen:

- gevulderde begane grond betonvloer met vloerbelasting van max. ca. 1.500 kg/m²
- meterkast v.v. watermeter, groepenkast elektra, voorbereiding gasmeter
- toilettruimte begane grond
- handbedienbare overheaddeur met sep. loopdeur
- brandslanghaspel en rookmelder
- vloerbelasting verdieping max. ca. 500 kg/m²
- raampartij (deels te openen) v.v. dubbele beglazing.

Extra voorzieningen voor Gessel 11:

- energiezuinige TL-verlichtingsarmaturen (PLS)
- cv-installatie v.v. 3 radiatoren
- dekvloer op verdieping.

Koopsom € 149.000 k.k. per unit
Huurprijs € 12.500/maand per unit

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

088 makelaar
(088 6253522)

www.ijsselstreekzakelijk.nl

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

OMU financiert herstructurering en transformatie

Plaats maken voor de nieuwe economie

De Utrechtse economie presteert goed, maar niet alles gaat vanzelf. Daarom werkt de Ontwikkelingsmaatschappij Utrecht aan de herstructurering van bedrijventerreinen en transformatie van leegstaande kantoorgebouwen. Dat doet zij door financiering, kennisoverdracht en het verbinden van ondernemersinitiatieven met gemeentelijke plannen en visies. “Wij fungeren als vliegwiel voor de kwaliteitsimpuls van een gebied.”



Het OMU-team met van links naar rechts Jack Koch, Frank Hazeleger, Wendy Ummels, Cees Busscher en Sander van Schijndel.

Het gaat goed met de Utrechtse economie. Met haar knooppuntpositie in het hart van Nederland, lage werkloosheid en concentratie van opleidings- en kennisinstituten is de provincie Utrecht één van de meest concurrerende regio's van Europa.

Structurele leegstand

Maar ook in een sterke regio als Utrecht gaat niet alles vanzelf. Diverse verouderde bedrijventerreinen sluiten niet meer aan bij de actuele ruimtebehoefte. Ook zijn de afgelopen twintig jaar teveel nieuwe kantoren gebouwd. Gevolg: een leegstand van meer dan een miljoen vierkante meter kantoorruimte in de provincie Utrecht. Een groot deel hiervan is structureel; deze gebouwen kunnen waarschijnlijk nooit meer als kantoor worden ingezet.

Zelfstandige uitvoeringsorganisatie

Leegstand en veroudering op werklocaties vormen een bedreiging voor de ruimte-

lijke kwaliteit en het vestigingsklimaat. In 2011 heeft het provinciebestuur de Ontwikkelingsmaatschappij Utrecht (OMU) opgericht. Deze zelfstandige uitvoeringsorganisatie investeert onder het motto “plaats maken voor de nieuwe economie” in herstructurering en transformatie. “Taakstelling van OMU is om 50 hectare aan verouderde bedrijfskavels te herstructureren,” zegt directeur Cees Busscher. “Ook willen wij jaarlijks tenminste 10.000 m² leegstaande kantoorruimte uit te markt halen. Dit doet OMU door kennis over te dragen aan bedrijven bij gewenste of noodzakelijke verplaatsing, bijvoorbeeld over de juiste vestigingslocatie. Verder verbinden wij ondernemersinitiatieven met gemeentelijke plannen en visies.”

Aanjaagfunctie

Derde pijler onder de inzet van OMU is financiering. “Hiertoe beschikken wij over een investeringsfonds. Door het verstrekken van (risicodragende) geldleningen beantwoordt OMU aan een grote behoefte vanuit de markt.

Onze financieringen hebben vooral een aanjaagfunctie: de focus ligt op projecten die door de markt niet zelfstandig kunnen worden opgepakt.”

Financiering verandert

Het financieringslandschap is de afgelopen jaren sterk veranderd. Busscher: “Na jaren van crisis klimt de vastgoedmarkt weer uit het dal. Het vertrouwen is toegenomen, de bouwproductie stijgt. Voor ondernemende partijen zijn nieuwe verwervings- en ontwikkelingskansen ontstaan: in de nieuwbouw, maar zeker ook door de transformatie van bestaand vastgoed.” De opstart van dergelijke nieuwe projecten blijkt echter lastig. “Initiatiefnemers hebben moeite om het geld te lenen dat nodig is voor de aankoop en de (ver)bouw. Banken hebben onder invloed van afwaarderingen en nieuwe regelgeving kredietportefeuilles moeten herzien en hun beoordelingscriteria fors aangescherpt. Zij zijn zeer terughoudend met het verstrekken van kredieten, zeker voor projecten in de ontwikkelingsfase.” Als



SUCCES OP LAGE WEIDE

Op de hoek van de Reactorweg en Kobaltweg op Lage Weide ligt een kavel waarop acht geschakelde gebouwen stonden. Een ontwikkelaar kocht het complex en liet de gedateerde kantoren slopen. Hiermee is ruim 9.000 m² verouderde kantooroppervlakte uit de markt genomen. OMU nam de financiering van de koopsom voor haar rekening. Het vrijgekomen perceel biedt inmiddels plaats aan een nieuw Benelux-distributiecentrum van een Zweeds bedrijf in beveiligingskleding. Opmerkelijk duurzaam element: het betongranulaat is verwerkt in de betonvloer van de nieuwbouw. "Deze herontwikkeling geeft een belangrijke impuls aan de opwaardering van de betreffende locatie en het direct omliggende gebied," benadrukt Cees Busscher. "En naar verwachting heeft deze ontwikkeling ook een katalyserende werking voor verdere ontwikkelingen op Lage Weide."

gevolg hiervan hebben vooral kleinere, lokaal opererende en minder ervaren ondernemers grote moeite om hun plannen van de grond te krijgen. "Dat is jammer, omdat vooral bij transformatieprojecten de energie en het initiatief juist bij dergelijke partijen te vinden zijn."

Concreet en urgent

Terwijl banken terughoudender zijn geworden, treden nieuwe spelers toe tot de financieringsmarkt. "Denk aan de inzet van particulier vermogen, pensioenfondsen, verzekeraars en crowdfunding. Door financiering te stapelen, wordt een businesscase toch haalbaar. Zo kan de resterende laag tussen het verleende krediet en eigen risicodragend vermogen – zogenaamde mezzanine financiering – bijvoorbeeld via een achtergestelde lening worden ingevuld."

De financiering van OMU kan helpen om een herstructurerings- of transformatieproject mogelijk te maken. "Onze financiering vormt een antwoord op concrete en urgente vragen van initiatiefnemers," aldus Busscher. "Wij

verschaffen geld waar zij via reguliere kanalen niet aan kunnen komen. Doorgaans doen we dit in de vorm van aankoopfinanciering."

Vliegwiel

Naast financieel rendement realiseert OMU ook maatschappelijk rendement. "Onze rentes zijn marktconform en we investeren alleen in projecten die als vliegwiel fungeren bij de ruimtelijke kwaliteitsverbetering en economische structuurversterking van een gebied." In het verlengde daarvan is veel aandacht voor duurzaamheid. "In de kern hebben al onze activiteiten een duurzaam karakter. Herstructurering en transformatie maken bestaande werklocaties immers toekomstbestendig. Ook benadrukken we bij door ons gefinancierde projecten het belang van maximaal duurzame huisvesting."

Uitgebreid team

De eerste financiering door OMU betrof de herontwikkeling van de voormalige Prodentfabriek in Amersfoort tot

DeNieuweStad, een gemengd multifunctioneel gebied waar wordt gewerkt, gewoond, geleerd en gerecreëerd. Sindsdien heeft OMU financieringen verleend en in voorbereiding voor diverse projecten verspreid door de hele provincie Utrecht, zowel herontwikkelingen van bedrijfslocaties als kantoortransformaties. Recent voorbeeld van de eerste categorie is een complex op Lage Weide (zie kader). Ook kantoortransformaties gaan hard. Alleen al in de eerste helft van 2016 heeft OMU bijgedragen aan het uit de markt halen van meer dan 35.000 m² leegstaande kantoorruimte. "Mede om deze reden is het team medio 2016 uitgebreid," zegt Busscher. "Nu staat een drietal investment managers (Frank Hazeleger, Jack Koch en Sander van Schijndel) klaar om ondernemers, eigenaren en gemeenten te helpen bij het verwezenlijken van hun plannen." ■

Meer weten over de activiteiten van OMU?

T 030 767 0559 - M info@nvomu.nl

I www.nvomu.nl

Leidsche Rijn Centrum uniek project voor Nederland

Compleet stadshart in één keer gerealiseerd

De vele bouwkransen die al van ver zichtbaar zijn, maken duidelijk dat in Leidsche Rijn iets bijzonders gebeurt. In korte tijd wordt een compleet centrum gerealiseerd met woningen, winkels, kantoren, horeca en stedelijke voorzieningen. Dat een stadshart voor zo'n groot woongebied volledig nieuw wordt gebouwd, is nog niet eerder vertoond in ons land. "Als ontwikkelaar is dit een ultieme uitdaging."

TEKST HANS HAJÉE



Foto: Your Captain Luchtfotografie

Op dit moment wonen al 82.000 mensen in Leidsche Rijn; uiteindelijk zullen dat er 100.000 zijn. De Utrechtse wijk is qua omvang vergelijkbaar met steden als Delft en Leeuwarden. "Is het stadshart daar in eeuwen ontstaan, hier realiseren wij dat in één keer. Het maakt dit project uniek in Nederland," zegt Arthur IJsseldijk, namens a.s.r. Vastgoed Projecten als directeur wonen verantwoordelijk voor ontwikkeling en verkoop van alle 762 appartementen die samen met Vesteda Project Development in Leidsche Rijn Centrum worden gerealiseerd. Bij 251 hiervan gaat het om huur, de rest is te koop. "Het aanbod varieert van kleine startersappartementen tot luxe penthouses

met dakterrassen. De kwaliteit van afwerking, keukens en sanitair is hoog. Alle woningen hebben vloerverwarming en koeling. Plus een eigen parkeerplek, berging en een gezamenlijke binnentuin."

Vergelijkend winkelen

Rogier Hendriks heeft als directeur de commerciële voorzieningen in Leidsche Rijn Centrum onder zijn hoede: winkels, horeca, bedrijfsruimten, kantoren en parkeergarage. "Waar buurtwinkelcentra dienen voor de dagelijkse boodschappen wordt het nieuwe centrum de plek voor vergelijkend winkelen en horecabezoek. Ook voorzieningen als scholen, bibliotheek en een hotel annex con-

grescentrum krijgen hier een plek. Samen met CineMec – de grootste bioscoop van de regio – ontstaat zo een compleet, aantrekkelijk stadshart. Dat is primair bedoeld voor de inwoners van Leidsche Rijn maar zal zeker ook veel bezoekers van elders aantrekken."

Toparchitecten

Ondanks de economische tegenwind van de afgelopen periode zijn geen concessies gedaan aan de kwaliteit van Leidsche Rijn Centrum, aldus IJsseldijk. "Het stedenbouwkundig plan is ontwikkeld door Jo Coenen en ook voor de gebouwen zijn toparchitecten geselecteerd. Elk bouwblok bestaat veelal uit ontwerpen van meerdere architecten. Dit

zorgt voor veel variantie, net als het geval is bij stadscentra die organisch zijn ontstaan." Opvallend zijn details zoals een negen meter hoge arcade en grote kolommen aan de centrale Parijsboulevard. "Uniek voor Nederlandse begrippen," vindt Hendriks.

Alles moet kloppen

Als gevolg van het gewijzigde consumptiegedrag kenmerkt de retail zich door veel dynamiek. "Om een grootschalig winkelgebied succesvol te ontwikkelen, moet alles kloppen. Niet alleen de stedenbouwkundige kwaliteit, ook de branchering. In Leidsche Rijn Centrum is veel aandacht voor een optimale mix van (inter)nationale ketens en kleine, specialistische winkels. Met trekkers als Jumbo Foodmarkt, Mango en H&M. Maar ook volop ruimte voor lokale ondernemers met verrassende concepten." Innovatie is de derde belangrijke pijler. "Samen met partners als Capgemini, BringMe en IP Parking is een innovatieplatform gevormd. Hier worden nieuwe toepassingen ontwikkeld zoals bezorgboxen die op verschillende plekken in het centrum worden geplaatst. Consumenten kunnen daar producten laten afleveren die ze bij een fysiek winkelbezoek of op internet hebben gekocht. Denk verder aan virtuele assistenten die vragen beantwoorden of persoonlijke aanbiedingen verstrekken. Of aan parkeren zonder slagboom waarbij kentekenen-registratie allerlei aanvullende functionaliteit mogelijk maakt. Stuk voor stuk innovaties die het winkelen aangenamer maken en tegelijkertijd retailers extra commerciële kansen bieden."

Uitverkocht

Naar verwachting is eind dit jaar al 50% van de winkelruimte in Leidsche Rijn Centrum verhuurd. De eerste 88 woningen gingen in oktober in de verkoop. "De belangstelling was overweldigend; binnen een week waren we zo goed als uitverkocht," zegt IJsseldijk. "De afgelopen maanden heb ik veel van de nieuwe bewoners gesproken. Bijvoorbeeld starters die de dynamiek van het centrum zoeken of senioren die dichtbij stedelijke voorzieningen en openbaar vervoer willen wonen. Allemaal zijn ze enorm enthousiast over hun toekomstige woonlocatie."

Uitzonderlijke propositie

Dat enthousiasme is er ook voor de kantoorruimte in Leidsche Rijn Centrum. Hendriks: "Het gaat om 10.000 m², verdeeld over twee



gebouwen. De naam Rivoli verwijst naar de stijlvolle Parijse laan die bekend staat om haar arcades. De kantoren bevinden zich midden tussen alle centrumvoorzieningen en zijn tegelijkertijd optimaal bereikbaar met zowel auto als openbaar vervoer. Tel daarbij de aanwezigheid van 100.000 hoogopgeleide potentiële medewerkers in de nabije omgeving en het is duidelijk: Leidsche Rijn Centrum biedt kantoorgebruikers een uitzonderlijke propositie."

Rustig straatbeeld

Vijf aannemerscombinaties werken op volle kracht aan het nieuwe centrum van Leidsche Rijn. De oplevering is begin 2018. Wat zullen bewoners en bezoekers dan ervaren? IJsseldijk: "Een openbare ruimte die zich kenmerkt door veel groen, ruime straten en pleinen plus hoogwaardige, duurzame materialen. Ook het autoluwe karakter is een belangrijk kenmerk. Onder het centrum bevindt zich een parkeergarage met 2.000 plaatsen voor bezoekers en bewoners. De bevoorrading van winkels speelt zich eveneens volledig onder de grond af. Dat garandeert een rustig straatbeeld zonder verstoring door auto's of vrachtwagens."

Grote glimlach

Dat een stadshart voor zo'n groot woongebied in korte tijd volledig nieuw wordt gebouwd, is nog niet eerder vertoond in ons

land. "Voor ons als ontwikkelaars is dit een ultieme uitdaging," stelt Hendriks. "Elke dag opnieuw gaan we met een grote glimlach aan de slag. We kunnen niet wachten tot het centrum af is. Al geeft de maquette in het bezoekerscentrum een goede indruk, je wilt toch het werkelijke eindresultaat van alle inspanningen ervaren."

Wanneer is Leidsche Rijn Centrum voor Hendriks en IJsseldijk succesvol? "Vanuit bedrijfsmatig oogpunt gaat het natuurlijk om de afzet van woningen, winkels en kantoren. Vervolgens is het doel dat mensen hier met plezier wonen en werken, dat de parkeergarage vol staat en winkeliers goede omzetten draaien. Maar het werkelijke succes hangt samen met de beleving, met emotie. Als iedereen Leidsche Rijn Centrum echt ervaart als het hart van hun stad, is onze missie geslaagd." ■

EEN NIEUW STADSCENTRUM

- 762 appartementen
- 32.400 m² winkels, horeca en dienstverlening
- 5.600 m² Jumbo Foodmarkt
- 10.000 m² kantoren
- 1.400 openbare parkeerplaatsen

www.leidscherijncentrum.nl

Werken en ontspannen in gerenoveerde Bison Offices

Ondernemen terwijl je van een prachtig uitzicht kunt genieten en dat letterlijk bovenop een levendig winkelcentrum. Het kan al een tijdje in de goed bereikbare Bison Office Spaces, onderdeel van multifunctioneel centrum Bisonspoor in Maarssen-Broek. Aankomend jaar wordt een geheel nieuwe centrale entree van de kantoorstorens gerealiseerd én de ruimte eromheen wordt bovendien groots onder handen genomen. Vier moderne en comfortabele kantoorstorens bieden dan ruimte aan ambitieuze ondernemers die graag van alle gemakken voorzien zijn.

TEKST EN FOTOGRAFIE [ELLY MOLENAAR](#)

Eerst wordt de parkeergarage (P1) geheel vernieuwd, de bestaande garage maakt plaats voor een vierlaagse parkeergarage. Gratis parkeren voor de consument kan straks nog steeds op steenworp afstand van het winkelcentrum en de office spaces. “De uitstraling van het pand sluit dan alleen veel beter aan bij de hele omgeving”, belooft delegated assetmanager Paul Nieuwburg van Winter Trust B.V.. Hij laat een impressie zien. Niet alleen het aanzicht van het gehele complex wordt flink verbeterd, er wordt ook een loopbrug aangebracht die het vierde parkeerdek rechtstreeks aansluit op de eveneens nieuw in te richten entree van de kantoorstorens. “Men hoeft dan dus niet meer door het winkelcentrum te wandelen om de werkplek te bereiken.”

Die centrale entree belooft het neusje van de zalm te worden; een royale ontvangstruimte met een vriendelijke hostes die klanten ontvangt en doorverwijst naar de juiste locatie. “Bovendien krijgt een deel van het ontvangstedeelte een caféfunctie. Dat wil zeggen dat je er iets kunt nuttigen en je kunt er ontspannen in comfortabele stoelen. Een prima plaats om even te pauzeren, met collega-ondernemers te sparren of een klant te ontvangen. Uiteraard is er wifi aanwezig.” In de centrale hal verrijst

een brede trap die tevens dienst doet als tribune. Een groot scherm en de nodige audiovisuele voorzieningen zorgen ervoor dat het de ideale locatie wordt voor een moderne bedrijfspresentatie.

Ruimte

Of je nu een ambitieuze zzp'er bent of een succesvolle multinational; Bison Office Spaces biedt ruimte aan ieder ambitieus bedrijf. Ondernemers die vooruitstrevend, dynamisch, maatschappelijk bewust én groeigericht denken, zijn in Maarssen-Broek op de juiste plek. Bison Business Suites biedt de mogelijkheid om al vanaf twintig vierkante meter te huren. “Een aantal verdiepingen huisvest kleinere ondernemers of bedrijven met bijvoorbeeld vijftien medewerkers die over het algemeen niet tegelijk op kantoor aanwezig zijn”, zegt Nieuwburg. “Voor hen zijn de flexplekken ideaal voor die momenten dat het gehuurde kantoor niet voldoende groot is. Een ruimte waar je je ook op kunt abonneren, ideaal voor zzp'ers.” Naast flexplekken biedt het kantoorcomplex ook fairworkplekken.

Groeimogelijkheden

Door de glazen wanden krijgen de fairworkplekken een uniforme uitstra-

ling. “Het geeft een ruimtelijk effect, de verschillende ondernemers inspireren elkaar en vanuit commercieel oogpunt werkt het ook nog eens gunstig. Je hebt er tenslotte snel contact met collega's, klanten en leveranciers. Bovendien kun je er vrij makkelijk groeien. De glazen wanden zijn verplaatsbaar en zo kun je een unit van 25 vierkante meter vrij eenvoudig verdubbelen.” Groeimogelijkheden zijn er sowieso genoeg in Bison Office Spaces. “We kennen hier voorbeelden van bedrijven die klein zijn begonnen en inmiddels een hele verdieping huren. Zij hebben de voordelen van Bison Office Spaces ontdekt en leiden hier graag hun business.”

Visitekaartje

De parkeergarage verandert van uiterlijk, maar ook de hele omgeving van het winkelcentrum krijgt een frisse uitstraling. “Het geheel wordt integraal aangepakt. De gemeente grijpt de gelegenheid aan om de openbare ruimte op te knappen”, zegt Nieuwburg. “Het marktplein ziet er straks weer tip top uit en als het maar enigszins kan, wordt ook de binnenring rond het winkelcentrum autoluw gemaakt. De nieuwe centrale entree van de kantoorstorens sluit straks perfect aan op de opgeknapte



buitenkant van het hele centrum. Een mooi visitekaartje voor ieders bedrijf.”

Voor de huidige P2-locatie wordt gerekend en getekend aan een nieuw appartementencomplex, het belooft een eyecatcher te worden. De bouw hiervan zal pas starten nadat alle andere plannen zijn afgerond.

Huurders van een kantoorruimte in Bison Office Spaces kunnen straks al hun aandacht op hun bedrijfsvoering richten. Maar grootse ideeën ontstaan vaak juist in ontspannen sferen. “We creëren daarom ook voldoende plekken om bij te komen en

het hoofd leeg te maken”, zegt Nieuwburg en hij doelt op de brede terrassen die ‘s zomers zonovergoten zijn en de gezamenlijke ontspanruimtes in de torens en de centrale entree.

Alles bij de hand

De gerenoveerde Bison Office Spaces hebben goede parkeervoorzieningen, liggen direct aan het NS-station Maarssen (met vanaf 1 januari 2017 ook een rechtstreekse verbinding met Amsterdam) en hebben een scherpe huurprijs. Geen wonder dat vastgoedadviseur Tom van der Burg, van Ans de Wijn Bedrijfshuisvesting zich trots voelt

wanneer hij nieuwe huurders rondleidt. “Het is simpelweg een prachtig complex dat van alle gemakken voorzien is”, zegt hij. “Alle faciliteiten heb je hier bij de hand. Grote en kleine ondernemers kunnen hier met een gerust hart klanten ontvangen, vergaderen, werken én ontspannen.”

Interesse in het huren van een Bison Office Space? Neem dan contact op met Ans de Wijn Bedrijfshuisvesting B.V., telefonisch via 030-2322303 of per mail via bedrijven@ansdewijn.nl. ■



Techno Telematica B.V. is landelijk actief in de aanleg van installaties in de nieuwbouw en renovatie van utiliteitsprojecten, kleine maar ook grote verbouwingen en infrastructurele werken.

Ons vakgebied is onderverdeeld in de volgende disciplines: glasvezeltechniek, data- en telecommunicatie, elektro-techniek en de aanleg van vrijwel alle soorten bekabeling.

Als onderaannemer van diverse gerenommeerde installatiebedrijven hebben we al een breed scala aan projecten succesvol afgerond en ook directe opdrachten zijn voor ons geen probleem.

Referenties over diverse projecten kunt u aanvragen via het contactgedeelte van onze website.

WWW.TECHNOTELEMATICA.NL

Hoofdweg 850 - 2132 MC Hoofddorp - T. 023 5541649

Slimmer communiceren en succesvoller samenwerken



*Nieuw:
Netwerk
Security*

 **citocom**[®]
voice · video · data

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

BUSINESS FLITSEN

LEEFBAARHEIDSFONDS UTRECHT SCIENCE PARK

De komende jaren vinden veel bouwprojecten plaats op het Utrecht Science Park: de aanleg van de tramlijn, de nieuwbouw van het Prinses Máxima Centrum, Genmab, Hogeschool Utrecht en de faculteit Geowetenschappen van de Universiteit Utrecht. Deze projecten leggen een grote druk op de leefbaarheid van het gebied. Om het USP leefbaar en aantrekkelijk te houden, is het Leefbaarheidsfonds USP opgericht. Dit virtuele fonds is een samenwerkingsverband tussen Gemeente Utrecht, de SSH, Provincie Utrecht, BAM en Stichting USP. Doel van het Leefbaarheidsfonds is om initiatieven

van studenten, medewerkers en ondernemers die een bijdrage leveren aan de leefbaarheid en de onderlinge verbinding op het USP financieel te ondersteunen. De partners van het fonds hopen op ondernemende, inspirerende en verrassende initiatieven. Floris de Gelder, directeur Utrecht Science Park: "Het USP bruist van de energie. Na de aankondiging van dit fonds begonnen meteen reacties en ideeën binnen te komen. Ik ben blij dat we nu echt aanvragen kunnen gaan behandelen." (Foto: Ramon Mosterd – City Marketing Utrecht)



Ziektewet-uitkeringen afgezet t.o.v. de Nederlandse beroepsbevolking
2002 - 2006



NOORD-HOLLAND EN UTRECHT GEZONDSTE PROVINCIES VAN NEDERLAND

De provincies Noord-Holland en Utrecht zijn de gezondste provincies van Nederland. Werknemers in Noord-Holland zijn bij ziekte gemiddeld drie dagen korter afwezig in vergelijking met Limburg en Drenthe (8,9 versus 12,2/12,0 dagen). In Utrecht is het aantal ziekmeldingen beduidend minder in vergelijking tot Groningen en Limburg. Dit blijkt uit een analyse van Acture, de grootste private uitvoerder van de Ziektewet en WGA-specialist. Door de ziekte-wetuitkeringen per provincie af te zetten tegen de beroepsbevolking per provincie ontstaat er een interessant beeld van Nederland. Maudie Derks, algemeen directeur van Acture: "De redenen waarom Noord-Holland en Utrecht er qua gezondheid uit springen zit hem in het feit dat de gemiddelde leeftijd lager en het oplei-

dingsniveau hoger is in de Randstad als je het vergelijkt met Noord(-oost) en Zuid-Nederland. Neem daarnaast dat een gevarieerde economie nu eenmaal ervoor zorgt dat er bij uitval en ontslag van medewerkers er voldoende beschikbare arbeid voorradig is. Dat zijn allemaal motivators om snel beter te worden en aan de slag te gaan. Wat dat betreft zou economische variatie goed zijn voor zowel de economische ontwikkeling van een provincie als dus ook de fysieke gezondheid van de werknemer. De werknemer is gebaat bij meer keuze aan banen zodat hij of zij heeft te kiezen wat bij zijn kunnen past alsook bij zijn gezondheid."

BUNSCHOTEN MKB-VRIENDELIJKSTE GEMEENTE VAN PROVINCIE UTRECHT

Ondernemers verkozen Bunschoten voor de vierde keer op rij tot mkb-vriendelijkste gemeente in de provincie Utrecht. Renswoude en Houten eindigden op de tweede en derde plaats in deze provincie. De verkiezing is een initiatief van MKB-Nederland, uitgevoerd door onderzoeksbureau LexNova met steun van Flynth en de regionale verenigingen van VNO-NCW. Het

is feitelijk een grootschalig onderzoek naar het lokale ondernemersklimaat waarin ondernemers zich onder meer uitspreken over het beleid in de gemeente, communicatie vanuit de gemeente en hoogte van de lokale lasten. In totaal hebben ruim 21.000 ondernemers aan het onderzoek meegewerkt, waarvan circa 1.500 in de provincie Utrecht. "De gemeente Bunschoten toont door

het vier maal op rij winnen van de mkb-vriendelijkste gemeenteprijs in de provincie Utrecht aan dat betrokkenheid bij ondernemers, toegankelijkheid, duidelijke communicatie en snelheid van werken van het gehele gemeentelijke apparaat gewaardeerd wordt door de lokale ondernemers", zegt regiovoorzitter Joost Uytewaai van MKB-Nederland Midden.

Gunstig vestigingsklimaat, actieve ondersteuning door gemeente

Economie Veenendaal maakt sprongen

De crisis ligt achter ons, maar niet overal klimt de economie zo snel uit het dal als gehoopt. Binnen Veenendaal klinken echter positieve geluiden en cijfers uit de markt onderschrijven die. De gemeente zelf maakt zich sterk om een actieve bijdrage te leveren aan een gunstig vestigingsklimaat en schuift binnen dat streven Team Economie naar voren.

TEKST AART VAN DER HAAGEN FOTOGRAFIE MARCEL KRIJGSMAN / JOOST FRANKEN



“Veenendaal; mensen denken wel eens dat dat erg oostelijk in het land ligt. Kijk je op de kaart, dan zie je al gauw hoe centraal we hier zitten, met bovendien uitstekende verbindingen via de weg en via het spoor. Via de A12 rijd je bovendien snel van en naar Duitsland.” Gerda van de Pol, beleidsadviseur binnen Team Economie van de gemeente, spreekt van een strategische locatie met een gunstig vestigingsklimaat. Over het algemeen zal Veenendaal niet gauw in één adem worden genoemd met de grote steden in de Randstad, maar qua bedrijvigheid doet de bijna 64.000 inwoners tellende plaats aan de oostelijke zijde van de provincie Utrecht steeds meer van zich spreken. “Kenmerkend is vooral een enorme diversiteit aan ondernemingen,” stelt demissionair wethouder Marco Verloop, die onder meer de portefeuille economie beheert. “In de afgelopen decennia profileerde Veenendaal zich daarmee ook. Heden ten dage benaderen we dat iets anders: we dragen enkele specialisaties uit, als een etalage voor wat we allemaal te bieden hebben. Veel verschillende focuspunten, dat is geen focus, zeg ik wel eens. Nu leggen we nadruk op onze belangrijke positie binnen FoodValley, op onze groeiende rol als ICT-stad en op het uitgebreide winkelcentrum.” Gerda van de Pol: “Ook zoiets dat je niet direct bij Veenendaal verwacht: het vormt een winkelstad bij uitstek, die veel mensen positief verrast wanneer ze er voor het eerst rondlopen.”

Schoon, heel en veilig

Geografisch ligt Veenendaal gunstig en de infrastructuur - inclusief parkeermogelijkheden - cq bereikbaarheid laat weinig te wensen over, maar wat maakt de gemeente nog meer aantrekkelijk als vestigingsklimaat voor bedrijven? “Er heerst onder de mensen een goede arbeidsethos en een typische doe-mentaliteit, zonder opgeblazen verhalen,” zegt Verloop. “Verder besteden we veel aandacht aan de bedrijventerreinen en de winkelstad, onder het thema van ‘schoon, heel (geen aanblik van beschadigde en halfgesloopte objecten, red.) en veilig’. De daarvoor benodigde investeringen worden mede gedaan vanuit de Stichting Ondernemersfonds Veenendaal, waaraan alle ondernemers een financiële bijdrage via reclamebelasting leveren. Denk bijvoorbeeld aan collectieve

Wim Werkman, voorzitter Bedrijvenkring Veenendaal “AAN VOORKANT BETROKKEN WORDEN”

Vanuit de Bedrijvenkring Veenendaal (strategisch belangenbehartiger van het georganiseerde bedrijfsleven) spreekt voorzitter Wim Werkman van een steeds betere samenwerking met Team Economie, na een verkenningsperiode van enkele jaren. “In de communicatie en de aanspreekbaarheid over en weer zien wij duidelijk een stijgende lijn, waarmee ook het vertrouwen groeit. Bovendien schromen we niet om elkaar indien nodig kritiek te geven, maar wel altijd constructief. Wij stellen het erg op prijs dat we steeds meer aan de voorkant in de beleidsbepaling en die visies betrokken worden, zoals momenteel bij het bepalen van nieuwe richtlijnen voor buitenreclame. Ook gaan we deelnemen aan het proces om te komen tot de strategische visie 2040. Dat maakt het makkelijker om te sturen en als businesspartners in goed overleg en een voor alle partijen bevredigend resultaat te bereiken. Soms gaan dingen voor onze achterban niet snel genoeg, want ondernemers hebben nu eenmaal altijd haast, waaraan de gemeente vanuit wettelijke regelgeving en algemeen belang niet altijd aan kan voldoen. In andere situaties komen we juist samen op voor hetzelfde belang, zoals ten aanzien van het provinciale concept-Inpassingsplan Kantoren, dat de afgifte van vergunningen voor de bouw van nieuwe kantoorpanden wil blokkeren. Zowel de gemeente Veenendaal als Bedrijvenkring Veenendaal vindt dat ontoelaatbaar. Op dat vlak vormen we samen een sterke partij richting de provincie. Dat vergroot het onderlinge vertrouwen.”

beveiliging van bedrijventerreinen en het plaatsen van AED’s. Het is belangrijk om dat allemaal goed en gestructureerd, dus centraal en voor iedereen te regelen.” Gerda van de Pol vult aan: “Veenendaal beschikt voor alle locaties - zeven bedrijventerreinen, plus het winkelgebied - over een KVO-certificaat, het Keurmerk Veilig Ondernemen. Het winkelcentrum kreeg drie sterren en de bedrijventerreinen ontvingen het certificaat ‘Continu Samenwerken’. Kiwa CP, dat dit verstrekt, gaf aan nog niet eerder een dergelijk goede samenwerking binnen een gemeente te hebben meegemaakt.”

Neutrale partij

Dat aspect vormt volgens Verloop inderdaad een belangrijke pijler onder het Veenendaalse bedrijfsleven, naast een sterke organisatiestructuur. “Alle locaties beschikken over een coöperatieve vereniging, met als overkoepelend orgaan een Platform Coöperatieve Verenigingen. Daarnaast is er De Bedrijvenkring Veenendaal, met ruim 300 leden. Stichting Winkelstad behartigt de belangen van de winkeliers in het centrum. Deze organisaties vertegenwoordigen op een representatieve manier hun achterban en maken centraal kenbaar wat er leeft onder de ondernemers.” Gerda van de

Pol: “Hier in de gemeente werken we bovendien met een Binnenstadsmanager en een Parkmanager, die allebei een heel waardevolle bijdrage leveren aan het reilen en zeilen in hun werkgebied. Ze brengen contacten tot stand tussen ondernemers en vastgoedeigenaren, helpen de openbare orde te bewaken, stellen onverhoopte overlast aan de kaak en vormen de schakel tussen het bedrijfsleven en de gemeente, opkomend voor beider belangen. Ze horen bovendien veel geluiden en maken die bij ons bespreekbaar.” Verloop: “Ondernemers kunnen tevens bij een Binnenstadsmanager of Parkmanager als neutrale partij hun opmerkingen kwijt en eventuele kritiek uiten.” Beide managers verzetten volgens Gerda van de Pol ook erg veel werk binnen grootschalige, centrale initiatieven. “Bijvoorbeeld herstructurering van bedrijventerreinen en het project ‘Vitale Winkelstad’, dat zich concentreert op een verdere ontwikkeling van het centrum.”

Toegankelijk maken

Om het vestigingsklimaat voor bedrijven verder te optimaliseren zijn voldoende handjes nodig, wat onlangs resulteerde in een uitbreiding van Team Economie. Naast de beleidsadviseurs Herman van Rijnbach en Gerda van de Pol kwam versterking

in de personen Danny Liemburg (teamcoördinator, beleidsadviseur) en Peter Visser (junior-beleidsadviseur). Sinds 1 november functioneert Erwin Harsevoort als nieuwe centrumcoördinator. Gerda van de Pol: “We hebben allen een soort dubbelrol, want we kunnen het bestuur alleen goed adviseren als we weten wat het bedrijfsleven bezighoudt, daarom gaan we regelmatig op pad. Heel fijn dat we nu op volle sterkte zijn, waarbij we onze ondersteunende kracht Gea Weersma niet mogen vergeten. Zij zorgt voor het maken én nakomen van afspraken binnen ons team.” Wethouder Verloop legt uit: “Feitelijk komt het erop neer dat



“Het is hier gewoon goed zakendoen!”, aldus demissionair wethouder Marco Verloop.

Peter Baten, Binnenstadsmanager: “WE ZIJN ERG BLIJ MET TEAM ECONOMIE”

Bemoedigende ontwikkelingen in het centrum van Veenendaal. “Het werd in 2015 uitgeroepen tot schoonste binnenstad van Nederland en zit nu weer in de top drie,” vertelt Peter Baten, sinds tien jaar Binnenstadsmanager, met gepaste trots. “Daarnaast vordert het nieuwbouwproject Brouwerspoort uitstekend. Na afronding daarvan, binnen anderhalf à twee jaar, hebben we alles echt perfect op orde. We werken bovendien volop aan de beleving, onder andere door de aankleding te verbeteren en steeds meer evenementen hier naartoe te halen.” Baten, die zelf als ondernemer in deze functie rolde, zorgt voor verbinding tussen alle betrokken en relevante partijen: ondernemers, organisaties van zowel binnen als buiten Veenendaal en de gemeente. “Wekelijks zit ik in overleg met Team Economie om alle lopende zaken te bespreken. De ene keer zet de gemeente een verzoek of een opdracht bij mij uit, de andere keer gaat zij juist aan de slag met het oplossen van een probleem dat in de binnenstad leeft. Tien jaar geleden telde dit team twee mensen, nu zes, van wie er één tevens centrumcoördinator is en voor mij een fijne sparringpartner vormt. Dat werkt ronduit fantastisch.” Peter Baten geeft enkele voorbeelden van wat zoal tot stand komt. “Samen met de gemeente hebben we een cadeaubon ontwikkeld, de Twinkeling, die afgelopen jaar in totaal voor een ton omzet zorgde. We sturen mailings aan 750 hoofdkantoren van grote retailketens om ze op de kansen in Veenendaal te attenderen, drukken folders en plaatsen advertenties, allemaal in nauw overleg tussen de gemeente en de verenigde ondernemers in de binnenstad. Daarnaast hebben wij gezamenlijk het project Startpunt opgericht, een verkiezing om iemand met een goed idee als ondernemer in het zadel te helpen binnen het centrum. De winnaar krijgt begeleiding van een coach, maar het levert vaak ook nog andere nieuwe winkel- of horecabedrijven op.” Baten uit zich vol lof over Team Economie. “We zijn er erg blij mee. Het maakt zaken zoveel makkelijker als we een kwestie bij één afdeling kunnen neerleggen, die het bijbehorende traject daarna intern uitzet.”

wij ondernemers zo veel mogelijk in de gelegenheid willen brengen om zich op hun core business toe te leggen, zonder zich te vaak te moeten bezighouden met tijdrovende issues daaromheen. Wat wij doen is een uitgebreid netwerk in het bedrijfsleven opbouwen, verbindingen tussen ondernemers leggen, gemeentezaken - zoals vergunningen - toegankelijk maken en bedrijven bezoeken om te horen wat er speelt en welke behoeften er leven. Zelf ga ik tussen de twee en vier keer per week op pad. Het verlaagt de drempel, vergroot het vertrouwen en het levert ons als gemeente heel veel informatie op.” Gerda van de Pol knikt instemmend. “Regelmatig komen we met een hele lijst van actiepunten thuis.”

Out of the box

Team Economie werpt zich op als aanspreekpunt voor ondernemingen, bijvoorbeeld als een bedrijf zich wil vestigen op een bedrijventerrein. “Soms begint het al met het beter formuleren van een aanvraag, wat de kans op suc-

ces vergroot,” vertelt Gerda van de Pol. “Met het Omgevingsloket hebben wij de afspraak dat wanneer de aanvraag niet in het bestemmingsplan past, de ondernemer wordt doorverwezen naar ons. Wij laten hem zijn verhaal doen en bekijken samen met onze collega’s van ruimtelijke ordening de mogelijkheden. Onlangs lieten we een ondernemster haar plan presenteren en daarna spraken we intern met andere afdelingen af om out of the box te denken en zo te bekijken waar we zouden uitkomen. Dit leverde verrassende oplossingen en leidde tot volle tevredenheid.” Verloop: “Soms horen wij geluiden in de wandelingen dat wij ontwikkelingen tegenhouden. Jammer, want we zijn juist erg begaan met het bedrijfsleven, alleen moet een gemeente rekening houden met heel veel belangen binnen de samenleving.” Gerda van de Pol vult aan: “Ondernemers moeten weten dat ze kunnen aankloppen bij Team Economie. Zoek ons op en kom je plannen of ideeën bespreken, dat vergroot de kans dat we gezamenlijk iets moois realiseren.”

Volgens Verloop weten gelukkig veel ondernemers inmiddels de weg naar het gemeentehuis te vinden en klinken zeer regelmatig geluiden vanuit bedrijven dat zij zich welkom en serieus genomen voelen. “Hebben ze zich net gevestigd in de gemeente, dan reageren ze prettig verrast als wij al heel snel op de stoep staan voor een kennismaking.”

Uit jasje groeien

Gerda van de Pol meldt dat Team Economie uit de contacten met het bedrijfsleven opmaakt dat de business in Veenendaal volop bloeit en groeit. “Menig ondernemer zegt uit zijn jasje te groeien. Er worden weer investeringen gedaan en

“We stellen ons op als een actieve gemeente en onderhouden een zeer goede samenwerking met het georganiseerde bedrijfsleven.”

we krijgen uitbreidingsplannen te zien.” Verloop: “Twee jaar geleden stond het er wel even heel anders voor... Toen konden sommige bedrijven amper het hoofd boven water houden en hielden in een enkel geval zelfs een bezoek van ons tegen, simpelweg omdat ze alle zeilen moesten bijzetten. De positieve ontwikkelingen halen we ook wel uit de jaarlijkse economische monitor, maar zulke cijfers lopen altijd een stukje achter de actualiteit aan. Vanuit de dagelijkse praktijk zien we direct hoe de economie in Veenendaal zich ontwikkelt en kunnen we daarop inspelen, om dat proces nog een extra impuls te geven.” Gerda van de Pol: “Als antwoord op de vraag wat Veenendaal nou echt onderscheidend maakt zou ik zeggen: ‘We stellen ons op als een actieve gemeente en onderhouden een zeer goede samenwerking met het georganiseerde bedrijfsleven. Dat merken de gevestigde ondernemers’. Verloop glimlacht: “Het is hier gewoon goed zakendoen!” ■

Geurt Valkenburg, Parkmanager “TEAM MAAKT ECHT VERSCHIL”

Sinds medio 2009 beschikken de zeven bedrijvenparken in Veenendaal over een gezamenlijk Parkmanager: Geurt Valkenburg, zelf ook ondernemer. “Toen ik op verzoek van Stichting Ondernemersfonds in deze functie trad, besloot ik mij in eerste instantie hard te gaan maken voor drie doelstellingen: ervoor zorgen dat de bijdragen reclamebelasting optimaal gebruikt wordt binnen het fonds en dus in het belang van de bedrijven, een goede samenwerking met de gemeente Veenendaal aangaan - we hebben elkaar gewoon keihard nodig - en de coöperaties van de bedrijventerreinen echt als zodanig te laten functioneren. Daarmee ontstaat bij de ondernemers een ‘wij-gevoel’ in plaats van ‘ieder voor zich’. Inmiddels zitten we qua deelnemende bedrijven op 77,4 procent, wat ik een heel mooi aantal vind. Mijn contact bij de gemeente loopt doorgaans via Gerda van de Pol, die Team Economie vertegenwoordigt. Alle lof voor haar: ze pakt dingen vlot en proactief op, zoals issues die bij ondernemers leven. Dit team maakt echt wel verschil met de situatie vroeger. Zo bezoekt wethouder Verloop in het bijzijn van een collega op grote schaal het lokale bedrijfsleven en brengt bij nieuwe ondernemers de coöperatie en het bestaan van de Parkmanager onder de aandacht. Team Economie geeft mij daarover een signaal; per slot van rekening kan ik niet de hele dag door over alle terreinen rijden om te zien of er nieuwe bedrijven zitten. Ook een goede ontwikkeling: bij het uitstippelen van relevant beleid word ik direct betrokken en krijg ik de gelegenheid dit aan mijn achterban voor te leggen, zonder dat de gemeente ons zomaar met beslissingen confronteert. Wat ons betreft mag Team Economie gerust nog een beetje groeien!”



Bedrijven kiezen voor opvallende zichtlocatie aan A12

Vol in de kijker

Letterlijker dan hier kun je de term A-locatie niet nemen: de bedrijvenstrook aan de A12 ter hoogte van Veenendaal plaatst ondernemingen vol in de kijker. Deze verkeersslagader, die Oost- en West-Nederland met elkaar verbindt, verwerkt op het traject in de Gelderse Vallei bijna een miljoen voertuigen per jaar. Dat legt de prominent zichtbare business geen windeieren. We vragen de directeur van de strook 'Het Vizier' en vijf gevestigde ondernemers naar hun ervaringen en hun motivatie om zich hier te vestigen. **TEKST AART VAN DER HAAGEN**



Joop Camminga, directeur Businesspark Het Vizier - Veenendaal:
“Toekomstbestendige plek voor ondernemers”

De strook langs de A12 vanaf het pand De Generaal tot en met Van der Valk hotel heet Businesspark Het Vizier. Deze strook is bedoeld voor hoogwaardige kantoorlocaties. Dat Het Vizier blij is met de komst van Cegeka-dsa naar het Businesspark mag duidelijk zijn. “Het Vizier is op dit moment al de thuisbasis van verschillende ICT-bedrijven. Nu opnieuw een grote IT-dienstverlener voor Het Vizier heeft gekozen, wordt het Businesspark als broedplaats voor ICT-innovatie alleen maar belangrijker,” vertelt Joop Camminga, directeur van Het Vizier. “We zien de laatste tijd steeds meer nieuwe dynamiek in de FoodValley regio, de vast-

goedsector en ook in een meer concrete aanpak van een ICT-Campus. Bedrijven bundelen hun krachten, zoeken samenwerking en ook de gemeente Veenendaal staat vol achter het plan van een ICT-Campus op deze locatie. Dit is hét moment voor andere bedrijven om aan te haken.” Wie wel geïnteresseerd is in een nieuw kantoorpand, maar niet precies weet hoe hiermee te starten, kan op Het Vizier kiezen uit verschillende doordachte concepten. “Zowel voor DGA’s als voor multinationals is op Het Vizier een aantal basisconcepten ontwikkeld. Er is plek voor groot en klein. Zo is er bijvoorbeeld een concept voor duurzame kantoorvilla’s en een concept voor een ruim kantorencomplex voor grotere bedrijven. Ondernemers kunnen hier direct van start. Maar wil een ondernemer maatwerk, dan is er alle ruimte om hiervan af te wijken en te

kieszen voor een vrije invulling.” Uiteraard wel duurzaam. Camminga: “Niet duurzaam bouwen kan echt niet meer. Bouwen op Het Vizier is bijdragen aan een circulaire economie. Voordeel van een duurzaam kantoorpand is natuurlijk een lagere of, als je het heel goed aanpakt, geen energierekening. Maar nog veel belangrijker is dat een duurzaam kantoorpand z’n waarde behoudt. Het is waardevast. Bovendien geef je als ondernemer invulling aan je plicht tot Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Het Vizier is daarmee echt een toekomstbestendige plek voor ondernemers.” www.hetvizier.com

Olav Westerwoudt, directeur Benelux Tempur Sealy Benelux BV:

“In lijn met onze matrassen”

Aan de A12 heeft het hoofdkantoor van Tempur Sealy Benelux BV recent haar intrek genomen in het markante en herkenbare witte golvende pand waar voorheen Sara Lee was gevestigd. “We hebben het ultieme pand gevonden, want ‘De Golf’ past uitstekend bij ons merk.” Iedereen die de wereldwijd grootste beddenspecialist Tempur Sealy kent, zal de link leggen tussen het pand, het logo en de daarbij behorende producten die garant staan voor een natuurlijke drukverdeling van het lichaam tijdens de slaap. “Sinds 1992 zijn we actief in de Benelux en zijn we door de jaren gestaag gegroeid. We houden van korte communicatielijnen. Daarom zochten we een pand met voldoende vierkante meters, zodat alle afdelingen op dezelfde verdieping werken. Daarnaast wilden we



graag een zichtlocatie, ons dichterbij Utrecht vestigen en een goede bereikbaarheid. Dat laatste niet alleen voor onze klanten, maar ook voor onze medewerkers, die uit de omgeving Ede en Veenendaal komen. We hebben het allemaal aan de A12 gevonden en kunnen hier verder bouwen aan onze ambitie om het grootste beddenbedrijf van de Benelux te worden.”

nl.tempur.com

Mignon van Holten, operationeel directeur Depa Holding (Vonk360):
“Perfekte showcase”

In het jaar 2000 baarde ICT-bedrijf Kender Thijssen, inmiddels verkocht aan Detron, landelijk opzien door een bouwtechnisch zeer progressief pand aan de A12 te betrekken. “Opdrachtgever Harm Altena vond dat een bedrijf dat in een innovatieve branche zit dat ook moest uitstralen in zijn accommodatie,” vertelt Mignon van Holten, operationeel directeur bij Depa Holding, waaronder Gito Beheer als huidig eigenaar van het gebouw (sinds 2006) valt. “Als eerste in Nederland kreeg dit pand door TNO ontwikkelde heipalen met een geïntegreerde koude-/warmeopslag en een gebouwbeheersysteem, dat ervoor zorgt dat de klimaatregeling en de verlichting automatisch in actie komen tijdens aanwezigheid van mensen. Omdat Detron niet het gehele gebouw bezet, besloten wij onder de naam Vonk360 een nieuw concept voor de voorzijde te ontwikkelen, passend bij het innovatieve karakter. Een samenwerking van bedrijven die we willen aantrekken, grote en kleine, moet zorgen voor een unieke combinatie van ICT, food en circulaire economie.” Met dat laatste begrip bedoelt Mignon van Holten een streven naar zo min mogelijk verspilling en een maximale energiezuinigheid. “Er zit hier inmiddels

een restaurant met een biologische keuken, ‘Eet Lokaal bij Chris’, die met duurzame streekproducten werkt. In het kader van de energiebesparing bevindt zich tegen de voor-gevel een roterend scherm met zonnepanelen en een fijnstofreiniger. Op termijn komen ook zonnepanelen op het dak en willen we een waterscheiding gaan toepassen, want we vinden als eigenaar van het gebouw dat we zelf voortdurende een steentje moeten bijdragen aan de duurzaamheid en de innovatie. Daarnaast zijn we voornemens

om hier allerlei evenementen en workshops te organiseren, die we onder de aandacht brengen via een groot buitenscherm; het voordeel van de prachtige zichtlocatie aan de A12. Vonk360 biedt een perfecte showcase voor ondernemers die willen innoveren en experimenteren, vooral in samenwerkingsverband. Ontmoet elkaar hier, kom kijken in Veenendaal, dat zo centraal in het land ligt en zich sterk profileert op ICT-gebied.”

www.vonk360.nl

Vincent Verhelst, directeur Bartosz:

“Niet teveel reistijd”

De bedrijfsnaam wekt nieuwsgierigheid op en bereikt daarmee volgens directeur Vincent Verhelst precies zijn doel, naast het creëren van een ‘persoonlijk gevoel’. “We wilden een voornaam die opvalt en toevallig kwam ergens ‘Bartosz’ voorbij, dat ook nog als domeinnaam op internet vrij bleek en goed in ons logo paste.” Het consultancybedrijf beleefde zijn oprichting op 1 november 2009 en startte in hartje Arnhem. “We specialiseren ons in het testen van softwaresystemen, om te controleren of alles werkt zoals dat zou moeten. Denk



Bartosz





STICHTING
LIVA
WE CARE

 Stichting LIVA
www.stichtingliva.nl

Lean&Duurzaam



van
den
POL
elektrotechniek

vandenpol.com

ONDERNEMERS OPGELET !

4 JAAR 0% FINANCIERING OP FIAT BEDRIJFSWAGENS

KORTINGEN OPLOPEND TOT €10.975,00 !



FIORINO
v.a. €9.950,-



DOBLO
v.a. €10.955,-



TALENTO
v.a. €18.250,-



DUCATO
v.a. €18.950,-

Bel **088 - 29 23 666** voor meer informatie. Of bekijk alle acties op vireoauto.nl/bedrijfswagens

VIREO  **AUTO**

Vireo Auto Amersfoort
Nijverheidsweg-Noord 65
3812 PK Amersfoort

Vireo Auto Utrecht
Franciscusdreef 74
3565 AD Utrecht

Vireo Auto Houten
Ringveste 4
3992 DD Houten

De getoonde afbeeldingen kunnen afwijken van de werkelijke uitvoeringen. Alle genoemde prijzen zijn exclusief 21% BTW. Prijswijzigingen en drukfouten voorbehouden. Vraag naar de voorwaarden.

Cegeka-dsa



Van der Valk Hotel Veenendaal



bijvoorbeeld aan het offertesysteem van een bank, een app voor internetbankieren of om online in te checken voor een vliegticket. Tot onze klantenkring behoren onder andere grote banken, verzekeraars en overheden. In januari 2014 verruilde Bartosz de Arnhemse huisvesting voor een volledige verdieping in bedrijfsverzamelgebouw De Generaal, pal aan de A12 bij Veenendaal. “Weliswaar opereren we nationaal, maar het zwaartepunt ligt in de Randstad. Arnhem lag daar voor onze consultants en opdrachtgevers redelijk ver vandaan. Tegelijkertijd wilden we niet de medewerkers van kantoor met teveel reistijd opzadelen, vandaar dat we ons oriënteerden op een plek aan de A12 en hier terecht kwamen. We zitten mooi in het zicht en dicht bij de op- en afrit van de snelweg, bovendien hebben we volop parkeergelegenheid, zelfs voor de momenten dat we voor al onze 135 eigen medewerkers plus dertig tot vijftig subcontractanten een meeting organiseren. Internet functioneert hier uitstekend, de infrastructuur is goed voor elkaar en we ondervinden geen hinder van wetten en regels. Daarnaast ondernam de gemeente snel actie toen wij in het begin geen naamgeving op het pand mochten aanbrengen.”

www.bartosz.nl

Anton Vreugdenhil, directeur Cegeka-dsa:
“Aantrekkelijkste optie”

In ICT-stad Veenendaal zit Cegeka, dienstverlener in deze branche, goed op zijn plek. Het bedrijf is van origine afkomstig uit België, maar tegenwoordig gevestigd in tien landen. Cegeka richt zich met in totaal 3400 medewerkers op een verscheidenheid aan sectoren en bezit een portfolio aan diensten voor professional services (staffing), infrastructuur outsourcing (hosting en beheer van klantsystemen) en application development (software-ontwikkeling). Ook biedt het bedrijf Cegeka eigen software-oplossingen

voor een aantal specifieke branches, waaronder de vastgoedsector. Dit vormt de specialiteit van de Nederlandse dochter Cegeka-dsa, die haar hoofdvestiging heeft in Veenendaal. Gezamenlijk realiseren Cegeka en Cegeka-dsa in Nederland een jaarmet van negentig miljoen euro. “Cegeka-dsa biedt een end-to-end-oplossing voor de operationele processen van vastgoedbedrijven; denk aan woningcorporaties en institutionele beleggers,” vertelt algemeen directeur en mede-eigenaar Anton Vreugdenhil. “De software, waarmee we marktleider zijn in Nederland, ondersteunt alle operationele processen, van projectontwikkeling tot onderhoud, van verhuur tot facturatie en incasso. Het onderscheidend vermogen zit in het feit dat het een integraalplatform betreft, geschikt voor de totale bedrijfsvoering en bovendien ingericht op selfservice door klanten.” Cegeka-dsa streek tien jaar geleden in Veenendaal neer, toen het onder leiding van Vreugdenhil een ander ICT-bedrijf overnam. “Daarna hebben we een pand gehuurd, totdat het contract afliep. Dat opende voor ons perspectieven om naar een alternatief te zoeken, waarbij we het gebied onder de loop namen van Veenendaal tot aan Utrecht. De aantrekkelijkste optie bleek ons te vestigen in het voormalige Unit4-pand, wat per 1 januari aanstaande fysiek zal gaan gebeuren. Een schitterend gebouw, dat volledig op onze behoeften aansluit: modern, licht, met veel open ruimtes en goede faciliteiten, zoals parkeerplek voor onze 350 medewerkers en klanten. Ook de zichtlocatie aan de A12, de prima prijs-kwaliteitverhouding, de ligging van Veenendaal midden in het land, de gunstige infrastructuur en bereikbaarheid bevallen ons uitstekend.”

www.cegeka-dsa.nl

Nick Timmers, manager
Van der Valk Hotel Veenendaal:
“Vliegende start”

Sinds begin deze eeuw tekent zich weer een stevige groei af bij hotelketen Van der Valk. “Elk jaar komen er gemiddeld twee à drie vestigingen bij,” weet Nick Timmers, manager in Veenendaal. “Tegenwoordig zijn dat allemaal zelfstandige bedrijven, die deel uitmaken van een vrij unieke family-franchiseformule. Deze schrijft voor dat de eigenaar tot de familie Van der Valk behoort. De hotels profiteren van een aantal centrale middelen, inclusief een deel van de inkoop, maar opereren zelfstandig. Ze bepalen zelf - uitgaande van bepaalde kwaliteitseisen - de inrichting, maar ook de menu's en de bereiding van het eten. Onveranderd staan alle hotels voor een goede prijs-kwaliteitverhouding, met heden ten dage meer nadruk op het laatste aspect.” In december 2014 opende Van der Valk Hotel Veenendaal zijn deuren, met Nick Timmers aan het roer. “Mijn ouders, die Hotel Breukelen runnen, kregen tips van ondernemers dat hier in de regio behoefte zou bestaan aan een goede eet-, vergader- en overnachtingsaccommodatie. Het ontbrak simpelweg aan een groot zakelijk hotel, anders dan de meer op leisure georiënteerde locaties in de bossen. Naar Utrecht of Arnhem rijden wordt net even te ver gevonden. Nou, het gevoel van die ondernemers bleek helemaal te kloppen, want direct vanaf de opening hadden we het ontzettend druk. Het verhuren van kamers en zalen loopt werkelijk uitstekend, dus bevat het ons hier prima. Binnen Van der Valk sprong Veenendaal er als nieuwkomer echt uit met zijn vliegende start. Basiseisen vormden een zichtlocatie vanaf de snelweg en een optimale bereikbaarheid. Het unieke is hier dat we niet alleen dicht bij de A12 zitten, maar ook op slechts acht minuten lopen van treinstation Veenendaal-De Klomp. Ideaal voor mensen die hier trainingen of congressen volgen en niet in de file willen staan, maar ook voor internationale gasten die vanaf Schiphol liever met de trein dan met de taxi

Werkgroep Leegstand geeft realistische cijfers over invulling kantoorpanden Veenendaal

Kentering beeld leegstand

Veenendaal zou thuishoren in de top vijf van Nederlandse gemeenten met de meeste leegstand onder grotere kantoorpanden. Een verkeerd beeld, zo meldt de lokale Werkgroep Leegstand, gebaseerd op eigen onderzoek. Het vestigingsklimaat in Veenendaal is zelfs veel aantrekkelijker dan ondernemers van buitenaf wellicht denken.

TEKST AART VAN DER HAAGEN FOTOGRAFIE MARCEL KRIJGSMAN

Hoewel de economie in de lift zit, blijft leegstand van kantoren- en bedrijfsgebouwen een issue. Het staat ook grotendeels los van elkaar: in veel gevallen voldoen accommodaties niet meer aan de gebruiks- of wettelijke eisen van vandaag de dag, vertoont de uitstraling verouderingsverschijnselen of kampen ze al van oudsher met een ongelukkige situatie, zoals een tekort aan parkeerruimte. De incurante panden schieten telkens weer over. Veenendaal zou zich in een zorgwekkende situatie bevinden op dit gebied, althans, wanneer we de leegstandslijst zoals gepubliceerd door een landelijke makelaarsketen moeten geloven. “Het gaat over separate kantoorpanden met tenminste 500 vierkante meter vloeroppervlak,” zegt Gerard Heuvelman, namens De Bedrijvenkring en Stichting Promotie Veenendaal actief in de medio 2015 geformeerde Werkgroep Leegstand, waarin ook vastgoedondernemer Frank van Woerden, René van Holsteijn namens de Coöperatieve Verenigingen, parkmanager Geurt Valkenburg en namens de gemeente beleidsadviseur Gerda van de Pol zitting hebben. “Volgens die lijst bedraagt de leegstand ruim 29 procent, waarmee Veenendaal landelijk in de top vijf staat. Dat wijkt totaal af van de werkelijkheid.”

Klakkeloos overgenomen

Aldus blijkt, want vanuit een sterk onderbuikgevoel dat dingen niet klopten, besloot

de Werkgroep Leegstand zelf de lokale situatie gedetailleerd te peilen. “De makelaarsketen gebruikte een voorraadbestand van alle grotere kantoorgebouwen in Nederland, samengesteld door Rudolf Bak, de nestor op dit gebied,” vervolgt Heuvelman. “Wat gebeurde er? De makelaarsketen liet er zijn eigen lijst met leegstaande gebouwen op los en daaruit rolde een percentage, dat klakkeloos overall werd overgenomen.” Frank van Woerden: “Zelfs beleidsmakers bij de provincie Utrecht namen deze cijfers mee in hun kantorenaanpak, hetgeen grote gevolgen voor de gemeente Veenendaal heeft.” Het is natuurlijk gevaarlijk om twee verschillende bronnen rechtstreeks aan elkaar te linken, want welke criteria werden gehanteerd?” De Werkgroep Leegstand ging op onderzoek uit. “We maakten zelf een ronde door Veenendaal, later ook in het bijzijn van Rudolf Bak, om de situatie van alle afzonderlijke kantoorpanden van minimaal 500 vierkante meter in kaart te brengen,” vertelt Van Woerden. “Toen we daarna aan het rekenen sloegen, kwamen we nog maar op zestien procent leegstand uit. Iets meer dan de helft, dus.”

Kansloos, kansarm, kansrijk

Dat werkelijke percentage moet je volgens de heren dan ook nog vanuit het juiste perspectief bekijken. Veenendaal telt drie grote, leegstaande kantoorpanden die het

getal enorm opkrikken. Gerda van de Pol: “Bedenk dat een zekere leegstand noodzakelijk is om de doorstroming te bevorderen, anders komt de markt op slot te zitten.” Frank van Woerden vult aan: “Dan praat je over acht à negen procent. Ik zal het nog sterker vertellen: er ontstaat zelfs een tekort aan kwalitatief goede kantoorruimte.” Gerard Heuvelman geeft aan dat je de leegstaande panden zou kunnen uitsplitsen naar drie categorieën: kansloos, kansarm en kansrijk. “Onder de eerste noemer vallen gebouwen die eigenlijk gewoon gesloopt zouden moeten worden. Ze falen hopeloos op het gebied van energiezuinigheid, hebben een tekort aan parkeerruimte door de nieuwe rekenmethodes, hebben een verouderde uitstraling of zijn achterhaald van opzet, bijvoorbeeld met allemaal kleine hokjes en niet-verplaatsbare binnenwanden van beton, waar het bedrijfsleven tegenwoordig grote open ruimtes wenst.”

Not done

“Kansarm betekent dat een accommodatie zich met overzichtelijke investeringen, eventueel een aanpassing van de koop- of huurprijs en in sommige gevallen meedenken door overheden weer interessant in de markt laat zetten,” vervolgt Heuvelman. “Als voorbeeld neem ik maar even het Konepand, dat dertien jaar leeg stond. Wat wil je ook? Er lagen slechts 26 parkeerplaatsen bij



Eén van de speerpunten van de Werkgroep Leegstand vormt ook het uitdragen van de op harde cijfers gestoelde boodschap dat de situatie eerder positief dan negatief afsteekt bij het landelijk gemiddelde.

een totaal vloeroppervlak van 1780 vierkante meter. Dat betekent een verhouding van op 1 op 68, waar tegenwoordig 1 op 30 als norm geldt. Er lag echter nog een ongebruikt stuk grond tegenaan en toen de gemeente bereid bleek dat vrij te geven, kon de ontwikkelaar daar zestig extra parkeerplekken creëren. Je ziet het resultaat: Kone nam zijn intrek in het gebouw.” Gerard Heuvelman noemt een voorbeeld in de hoedanigheid van de voormalige Kembo-locatie. “Een gebouw met 6000 vierkante meter kantoor- en 1420 meter magazijnruimte. Die verhouding zou markttechnisch precies andersom moeten zijn. Nu wordt de accommodatie omgebouwd tot The Maxx, een uitgaanscentrum voor de jeugd. Dit kwam mede tot stand vanuit een samenwerking van onze werkgroep en de gemeente Veenendaal, die dit mogelijk maakte via een wijziging in het bestemmingsplan.” Gerda van de Pol legt uit: “Tien jaar geleden was het not done om ineens een vrijetijdsbestemming aan zo’n bedrijfsgebouw toe te kennen. In de meest recente bestemmingsplannen heeft de gemeente een verruiming toegestaan, die onder andere ook maatschappelijke doeleinden mogelijk maakt.”

Vol en leeg terras

Het geeft maar aan dat de gemeente Veenendaal graag meedenkt om de leegstand, die gelukkig lang niet zo zorgwekkend blijkt, te helpen reduceren. Waar mogelijk ondergaan kantoorpanden een functionele transformatie, zoals dat van Kembo of het Carrefour-gebouw, waar straks starterswoningen zullen komen. Eén van de speerpunten van de Werkgroep Leegstand vormt ook het uitdragen van de op harde cijfers gestoelde boodschap dat de situatie eerder positief dan negatief afsteekt bij het landelijk gemiddelde. “Publicaties in de media over een opvallend hoge leegstand doen het imago van Veenendaal natuurlijk geen goed en politieke discussies werken ook niet in ons voordeel,” meent Frank van Woerden. “Het werpt voor ondernemers van buitenaf een drempel op om zich hier te vestigen, wat de businesskansen van bestaande bedrijven en de werkgelegenheid beperkt.” Gerard Heuvelman: “Vergelijk het met een vol en een leeg terras. Waar ga je zitten?” Gerda van de Pol benadrukt dat Veenendaal, dat zich profileert als ICT-stad binnen de FoodValley, ondernemers juist enorm veel te bieden heeft. “Een centrale ligging met uitstekende uitvalswegen en spoorverbindingen waar je bovendien filevrij naar toe

kunt rijden. Daarnaast zijn er genoeg vestigingsmogelijkheden en potentiële medewerkers met een uitstekende arbeidsmoraal. Daarbij wil ik de strook aan de A12 beslist niet onvermeld laten: een prachtige zichtlocatie, waar nog 2,8 hectare aan kavels ligt. Hier zijn al diverse grote ICT-bedrijven gevestigd.”

Kantorenloods

Veenendaal heeft sinds kort een kantorenloods. “Ondanks de beperking in de naam kunnen vastgoedeigenaren van zowel kantoor- als bedrijfspanden daar terecht met alle mogelijke vragen over hun onroerende zaken, bijvoorbeeld om bij leegstand eens te praten over een oplossing”, vertelt Gerda van de Pol. Indien gewenst wordt de hulp ingeroepen van Ontwikkelings Maatschappij Utrecht (OMU), voor een advies over bijvoorbeeld mogelijke financieringen die de banken veelal niet meer geven. Frank van Woerden besluit: “De koop- en huurprijzen stijgen weer, dus dat maakt het interessanter om in kansarme gebouwen te investeren. Met een op eerlijke feiten gebaseerd imago en een gunstig vestigingsklimaat kan Veenendaal zich qua business volop blijven ontwikkelen.” ■

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



Bisonspoor 3000 - 7000, Maarsse, Utrecht

BISONOFFICES.NL

Deze bedrijven gingen u voor:

The logo for HOTflo, featuring the text "HOTflo" in a bold, sans-serif font with a blue wave-like graphic below it.

The logo for Brussaard, featuring a green leaf-like icon and the text "Brussaard" in a serif font, with "PERSOONLIJK VERVOER OP NIVEAU" in smaller text below.

The logo for BR//SECO, featuring the text "BR//SECO" in a bold, sans-serif font with a yellow circle above the "S".

The logo for MendriX, featuring the text "MendriX" in a bold, sans-serif font, with "TMS, boardcomputers en mobiele apps" in smaller text below.

The logo for CONFAIR, featuring a circular icon with a stylized 'C' and the text "CONFAIR" in a bold, sans-serif font.

The logo for PROX6, featuring the text "PROX6" in a bold, sans-serif font with a yellow 'X', and "PROJECTBESTURING" in smaller text below.

The logo for QLOUDER, featuring the text "QLOUDER" in a bold, sans-serif font with a blue 'Q' and "OFF" in smaller text below.

The logo for quovadits, featuring a stylized 'Q' icon and the text "quovadits" in a bold, sans-serif font, with "intelligent transport systems" in smaller text below.

The logo for KINDERCENTRUM BISONSPoor, featuring a red stylized figure and the text "KINDERCENTRUM BISONSPoor" in a bold, sans-serif font.

The logo for Decisco, featuring a blue icon and the text "Decisco" in a bold, sans-serif font, with "Network, education" in smaller text below.

The logo for FIVE, featuring a blue lightbulb icon and the text "FIVE" in a bold, sans-serif font, with "FIVEICT.NL" in smaller text below.

The logo for synergy, featuring the text "synergy" in a bold, sans-serif font, with "CLARION" in a smaller font inside a black box below.

**OFFICE
SPACES**

TOT 4.000 M²

€125,- PER M² (P.J.)*

*EXCL. SERVICEKOSTEN

**TURN-KEY
BUSINESS SUITES**

VANAF 20 M²

€160,- PER M² (P.J.)*

*EXCL. SERVICEKOSTEN



Interesse? Neem contact op:

The logo for ANS DEWIJN, featuring a green stylized figure and the text "ANS DEWIJN" in a bold, sans-serif font.

T: 030 - 23 22 303

E: bedrijven@ansdewijn.nl



UTRECHT

BEDRIJFSWAGENTESTDAG



Van bestelwagens tot werkpaarden

Onlangs vond de jaarlijkse bedrijfswagentestdag van Utrecht Business plaats. Testrijders konden gedurende deze dag de capaciteiten van de nieuwe modellen bedrijfswagens uitproberen, van bestelwagens tot werkpaarden. Utrecht Business kijkt terug op een geslaagde dag en bedankt uiteraard alle deelnemers, autodealers en locaties weer van harte!



Dealers:

- André de Vaal, Oscar Claassen en Eric Claassen, Vireo Auto Utrecht
- Redouan Amrhar, Kooijman Utrecht
- Nico van den Berg, Opeldealer Henri & Herman
- Dennis Heeres, FordStore – Ford Utrecht
- Roy Rijnsbergen - Muntstad

Locaties:

- Hotel Landgoed Zonheuvel - Doorn
- Oud London - Zeist



Deelnemers:

- Gert Verberk, SalesVerkoop
- Kazim Atila, BTC Media
- Huib van Loon, Oxonia Lease
- Eric Eimers, Leidscherijnwijn.nl
- Bas Hensen, HSS Worldwide
- Polle van den Wildenber, HSS Worldwide
- Henny Kiddie, Hentex
- Tarmon Rietdijk, Rietdijk Support
- Perry Kruin, Mobiliteitsloket

Testauto's:

- Fiat Full Back
- Fiat Talento
- Jeep Wrangler
- Toyota PROACE
- Opel Vivaro
- Volkswagen Transporter
- Volkswagen Caddy
- Ford Transit Connect





HENRI & HERMAN & ONZE KEUZE

OPEL ASTRA SPORTS TOURER



vanaf slechts € 19.995 (inclusief BPM/BTW)*
* Inclusief afleverkosten

OPEL VIVARO



vanaf slechts € 19.495,- (exclusief BTW)

BESPAREN OP JE WAGENPARK?

Onze ervaring leert dat wij met regelmaat 10% op de autokosten weten te besparen! Mail ons op fleetsales@henriherman.nl en wij nemen contact op voor een afspraak.

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

Gratis advertentie

HET VOORDEEL VAN BLIND ZIJN?

'Ik ben niet bang in
het donker!'

- Anne, 13 jr, blind

GEEF
voor blinden
en slechtzienden

Natuurlijk heeft blindheid vooral nadelen. Help blinden en slechtzienden zo zelfstandig mogelijk te leven. Sms 'ogen' naar 4333 en geef éénmalig € 2,50 of doneer via steunBartimeus.nl

Eénmalig

2,50 € / sms





“Een robuuste en sterke auto, die heel stoer overkomt.”



JEEP WRANGLER

DEALER: VIREO AUTO UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: OSCAR CLAASSEN

Henny Kiddie: “Een robuuste en sterke auto, die heel stoer overkomt. Een veilige en makkelijke auto. Hij heeft een echte offroad zit, is strak en kent weinig poespas. De stoelen zijn bovendien eenvoudig te bedienen. Hij kost misschien wat meer, maar in mijn ogen is hij het geld zeker waard. Hij gaat jaren mee en zou alleen al voor de fun heel leuk zijn. Van mij krijgt ‘ie een 10+!”

Polle van den Wildenberg: “Stoer, sterk en mooi, maar toch verrassend comfortabel. De zit is prima en voelde meteen goed. De armsteun in het midden is zeer prettig. De navigatie vond ik wat onduidelijk, maar verder is op de technische hulpmiddelen niets aan te

merken. De buitenspiegels zijn lekker groot, ook dat is prettig. Ik ben zelf een groot liefhebber van Jeep, maar voor een bedrijfswagen vind ik de prijs aan de hoge kant. Erg leuk om een keer in gereden te hebben.”

Tarmon Rietdijk: “Een nette, stoere auto met een mooie afwerking. Het zitcomfort is fantastisch en de audiomiddelen werken goed – niks op aan te merken dus! De prijs is in mijn ogen naar de kwaliteit die je krijgt. Je zou ‘m kunnen aanschaffen als je comfortabele ritten wilt, zonder pijnjtjes. Een 9, derhalve!”



SPECIFICATIES

| | | |
|-----------------------------|----------------------------------|--|
| Merk: Jeep | Vermogen: 200pk | Topsnelheid: 172 km/h |
| Model: Wrangler | Koppel: 460 nm / 1600-2600 t/min | Verkoopprijs: € 41.583,- ex btw/bpm |
| Type: 2.8D 200PK X -EDITION | Verbruik: 1 op 12.00 | Vanafprijs: € 33.990,- ex btw/bpm |
| Transmissie: automaat | Acceleratie: (0 tot 100 km/u) | |
| Cilinderinhoud: 2800 | 11.7 sec | |



“Een méér dan goed rijgedrag en een krachtige motor die snel accelereert.”



FIAT FULL BACK

DEALER: VIREO AUTO UTRECHT

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: ERIK CLAASSEN

Gert Verberk: “Een méér dan goed rijgedrag en een krachtige motor die snel reageert en accelereert. Het zitcomfort is prima en ook de ruimte achter de bestuurder is handig. Het scherm van het navigatiesysteem vond ik vrij klein. Voor bijvoorbeeld groenbedrijven zou deze auto volgens mij uitermate geschikt zijn. Van mij krijgt ‘ie een 8!”

Bas Hensen: “Een hele gave auto, al rijdt hij wat traag bij rustig rijden. Als het gas wat verder ingetrapt wordt dan gaat het wel goed. Ook de zit van de auto is prima. De auto ziet er stoer uit en je voelt je ook prettig als je er in zit.”

Polle van den Wildenberg: “Groot! Dat is het eerste wat in me opkomt. Hij ziet er krachtig uit, maar zodra je instapt lijkt het of je in een moderne personenauto zit. De zit is namelijk erg lekker en alles is mooi overzichtelijk. Stoer en comfortabel en toch met een goede prijs.”

Henry Kiddie: “Een fun-auto, maar dan wel een grote. Het zitcomfort is goed en de achteruitrijdcamera en de zichtverruimende spiegels zorgen voor goed overzicht. Voor mijn eigen bedrijfsactiviteiten zou ik ‘m niet aanschaffen, maar voor tuinbedrijven en dergelijke zou het een prima bedrijfswagen zijn.”

SPECIFICATIES

Merk: Fiat

Model: Full Back

Type: 2.4 Extended Cab LX 180

Transmissie: handgeschakeld

Cilinderinhoud: 2.4

Vermogen: 180pk

Koppel: 430 nm / 2500 t/min

Verbruik: 1 op 14.49

Topsnelheid: 179 km/h

Verkoopprijs: € 26.990 ex

btw / bpm

Leaseprijs: vanaf € 459 ,-- ex btw

(full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)

Vanafprijs: € 26.990,- ex btw/

bpm



“Een comfortabele, veilige en goed afgewerkte representatieve auto.”



FIAT TALENTO

DEALER: VIREO AUTO UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: ANDRE DE VAAL

Tarmon Rietdijk: “Het zitcomfort voor de bestuurder is goed en eigenlijk geldt hetzelfde voor de instap en het soepele rijgedrag. Hij heeft meer dan voldoende ruimte en een goede prijs-kwaliteitverhouding.”

Bas Hensen: “Hij rijdt erg prettig en ziet er van binnen erg netjes uit. Het interieur is mooi. Van buiten vind ik het niet de allermooiste auto, maar het is dan ook een busje natuurlijk. De zit is erg prettig. De prijs-kwaliteitverhouding is erg goed. De auto rijdt namelijk prima en een bedrag van minder van 24.000 euro voor een wagen met zo veel laadruimte is gewoon goed.”

Perry Kruin: “Een comfortabele, veilige en goed afgewerkte representatieve auto. De stoelen zijn goed en functioneel en het is een mooi overzichtelijk geheel. Telefoon, navigatie en cruise control werken uitstekend en de prijs-kwaliteitverhouding is in mijn ogen prima. Uit ervaring weet ik ook dat de dealer een prettige partij is, ook daarom zou je al voor deze auto kunnen kiezen!”



SPECIFICATIES

Merk: Fiat
 Model: Talento
 Type: SX L2H1 2.9 1.6 MJ 120 pk
 Transmissie: handgeschakeld
 Cilinderinhoud: 1600

Vermogen: 120pk
 Koppel: 300 nm / 1500 t/min
 Verbruik: 1 op 14.92
 Topsnelheid: 166 km/h
 Verkoopprijs: € 23.495 ex btw / bpm

Leaseprijs : vanaf € 349,- ex btw (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)
 Vanafprijs: € 18.250,- ex btw/bpm



“De Toyota Proace is een strakke en degelijke bedrijfswagen.”



TOYOTA PROACE

DEALER: KOUIJMAN UTRECHT

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: REDOUAN AMRHAR

Huib van Loon: “De Toyota Proace is een strakke en degelijke bedrijfswagen. Het zitcomfort is ook goed, maar ik vraag me wel af of langere bestuurders ook een goede zitpositie kunnen vinden. De navigatie is goed en duidelijk. Voor mij voelt de auto ook duurzaam aan. Het is verder een mooie en complete uitvoering met veel ruimte en een hoge zitpositie. Al met al een prima auto, met een prettige motor en een fijne versnellingsbak.”

Eric Eimers: “Een prettige auto met een hoge zit en een mooie afwerking. De zit is goed, maar wel wat krap. De navigatie werkte prima en ook het zicht naar achte-

ren, middels grote spiegels, is erg prettig. Ik geef de auto uiteindelijk een 8,5, met name vanwege het hoge laadvermogen.”

Kazim Atila: “Een topauto! Vanwege de prima prijs-kwaliteitverhouding zou ik voor deze bedrijfswagen kunnen kiezen. Het comfort is goed, net als de uitstraling. Echt een representatieve auto, met een fijn rijgedrag en goede afwerking.”

SPECIFICATIES

Merk: Toyota
 Model: Proace
 Type: Worker 1.6 D-4D 115PK Professional
 Transmissie: Handgeschakeld
 Cilinderinhoud: 1.6D
 Vermogen: 115PK

Verbruik: (l/100km): 5.1/100 km
 Uitrusting: Binnenspiegel, automatisch dimmend, Airconditioning, climate control, Toyota Pro-Touch DAB+ navigatiesysteem met 7" kleurenscherm, Navigatiesysteem

Vanaf prijs gedemonstreerde uitvoering: € 23.695,-
 Vanaf prijs Toyota PROACE Worker: € 17.945,-



“De Opel Vivaro oogt zeer robuust en is echt een no-nonsens auto.”



OPEL VIVARO

DEALER: OPELDEALER HENRI & HERMAN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: NICO VAN DEN BERG

Kazim Atila: “De eerste indruk van de auto is goed. Dat geldt dan bijvoorbeeld voor de representativiteit, het comfort, de afwerking en het rijgedrag.”

Tarmon Rietdijk: “De Vivaro heeft een fijne instap en een soepel rijgedrag. Ook het zitcomfort voor de bestuurder is prima, net als de prijs-kwaliteitverhouding. Ook qua ruimte is er niets te klagen.”

Huib van Loon: “De Opel Vivaro oogt zeer robuust en is echt een no-nonsens auto. Ook het comfort is prima in orde. Hij is ruim en de hoge zit is aangenaam. De prijs-kwaliteitverhouding is goed. Met name vanwege de ruimte zou ik de auto aanschaffen. Bovendien lijkt hij onverwoestbaar.”



SPECIFICATIES

Merk: Opel
 Model: Vivaro L1H1 2.7T 1.6 CDTi
 88 kW / 120 pk
 Type: Edition
 Transmissie: Handgeschakeld
 6-versnellingsbak
 Cilinderinhoud: 1598 cc

Vermogen: 88 kW / 120 pk
 Koppel: 300 Nm
 Verbruik: 1 op 15,4
 Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 12,6 sec
 Topsnelheid: 163 km / uur
 Uitrusting (speciale opties):
 Navigatiepakket, metaallak
 Verkoopprijs: € 23.145,- ex

Navigatiepakket: € 895,- ex
 Metaallak Platinum Silver:
 € 550,- ex. Trekhaak: € 400,- ex
 Leaseprijs : € 437,51 ex BTW
 (full operational, obv. 30.000 p/jr,
 4 jaar, excl. btw)
 Vanafprijs: € 19.495,- ex
 (Leaseprijs va € 386,62 ex)



“Een luxe bedrijfswagen, met een mooie kleur en comfortabele uitrusting.”



VOLKSWAGEN CADDY

DEALER: MUNTSTAD
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: ROY RIJNSBERGEN

Huib van Loon: “Een luxe bedrijfswagen, met een mooie kleur en comfortabele uitrusting. De zit is prettig, hij voelt meer als een personenauto dan als een bedrijfswagen. Het zicht rondom is voldoende. Hij heeft geen camera, maar wel een uitgebreid radarsysteem. De uitstraling is fraai. Al met al een auto met voldoende trekkracht, maar wel een wat luidruchtige motor. Een prettig rijdende en fijn voelende auto.”

de andere modellen is de prijs wat aan de hoge kant, maar kwalitatief is het wel gewoon een goede auto natuurlijk.”

Perry Kruijn: “Een veilige bestelauto met goede stoelen. De adaptieve cruise control is helemaal top! De basis is prima (traditioneel) en de prijs-kwaliteitverhouding is goed. Gewoon een goede en degelijke compacte bestelauto, zoals je van Volkswagen gewend bent.”

Gert Verberk: “Een compacte auto met voldoende laadruimte, maar ik vond ‘m wel wat lawaaierig. De zit is zoals het hoort: gewoon goed. In vergelijking met

SPECIFICATIES

Merk: Volkswagen
 Model: Caddy
 Type: Highline
 Transmissie: handgeschakeld
 Cilinderinhoud: 2.0
 Vermogen: 102 pk
 Koppel: 250/1300-2800

Verbruik: 1 op 14
 Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 11 sec
 Topsnelheid: 168
 Uitrusting: Elektrisch pakket, Climatic Airco, parkeerhulp achter, Cruise Control, Mistlampen met bochtverlichting, verwarmbare voorruit, lichtmetalen velgen

Laadruimte: 3.2 m³
 Verkoopprijs: € 24.200 excl
 Leaseprijs: € 439,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, looptijd 48 maanden, excl. btw)
 Vanafprijs: € 13.350,00
 Informatie: Caddy Economy 2.0 TDI



“Een heerlijke auto, lekker ruim, ook voor lange mensen.”



VOLKSWAGEN TRANSPORTER

DEALER: MUNTSTAD
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: ROY RIJNSBERGEN

Henny Kiddie: “Hij rijdt super en is comfortabel. De afwerking is fraai. Hij is ruimtelijk, biedt goed zicht en heeft prettige zittingen. Voor de prijs die je betaalt, heb je een kanon van een auto! Hij rijdt bovendien lekker geluidloos. Hiermee ben je voor mij de ‘king of the road!’”

Tarmon Rietdijk: “Een mooie bus, met genoeg beenruimte en een nette afwerking. Het zitcomfort is perfect. Je komt uitgerust aan op de plaats van bestemming. Voor ons bedrijf niet geschikt, maar ik kan me voorstellen dat andere bedrijven hier wel voor kiezen.”

Eric Eimers: “Een heerlijke auto, lekker ruim, ook voor lange mensen. De zit is dan ook uitstekend en de navigatie zeer duidelijk. Hij is behoorlijk geprijsd, maar daar is de kwaliteit dan ook zeker naar. Al met al een prachtige auto!”

Gert Verberk: “Een ruime auto met een fantastisch zitcomfort. De armleuning aan de deurzijde is zeer prettig en de navigatie is makkelijk te bedienen. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is mijns inziens prima in balans. Imago, betrouwbaarheid en merkenvoorkeur zouden voor mij een reden voor aanschaf kunnen zijn.”

SPECIFICATIES

Merk: Volkswagen
 Model: Transporter
 Type: Comfort line Dubbel Cabine
 Transmissie: Automaat
 Cilinderinhoud: 2.0
 Vermogen: 150 pk
 Koppel: 340/1500-3000

Verbruik: 1 op 12
 Acceleratie: (0 tot 100 km/u) 11,2 sec.
 Topsnelheid: 181
 Uitrusting: Navigatie, licht metalen velgen, voorruitverwarming, parkhulp voor en achter, alarm, luxe pakket, glaslookpanelen
 Laadruimte: 9,3 m³

Verkoopprijs: € 39.000 exclusief btw
 Leaseprijs: € 685 (full operational, obv. 30.000 p/jr, looptijd 48 maanden, excl. btw)
 Vanafprijs: € 18.900,00 excl. btw
 Informatie: Volkswagen Transporter Economy 2.0 TDI 84 pk L1 H1



“Een zeer representatieve en comfortabele auto.”



FORD TRANSIT

DEALER: FORDSTORE – FORD UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: BAS SCHOUTEN

Perry Kruin: “Een zeer representatieve en comfortabele auto. Zeer goede stoelen met veel instelmogelijkheden. De tussenstoel is neer te klappen tot een tafeltje.... erg handig! Zelfs met een automaat is de prijs-kwaliteitverhouding in mijn ogen zeer goed. Hij rijdt al met al als een personenauto, maar dan met de ruimte van een bedrijfswagen.”

Gert Verberk: “Comfortabel, overzichtelijk en uitgerust met een automaat. Het zitcomfort voelde goed aan. Het dashboard is compleet en heeft een moderne vormgeving. De achteruitrijcamera signaleert vroeg en heeft een verre blik. Volop

ruimte en een complete auto voor een interessante aanschafprijs. Ik heb echt een positieve indruk van deze auto gekregen.”

Huib van Loon: “Een luxe uitrusting die niet onderdoet voor die van een personenauto. Veel veiligheidssystemen. Het zitcomfort is goed, maar het zicht op de neus van de auto vind ik minder goed. De spraakgestuurde navigatie werkt prima. Gezien de luxe uitvoering en de automaat vind ik de prijs-kwaliteitverhouding goed. Al met al een prima compacte bedrijfswagen, al is de automaat naar mijn smaak wat aan de ‘luie’ kant.”



SPECIFICATIES

Merk: Ford
 Model: Transit Connect L2
 Type: Trend
 Transmissie: automaat
 Cilinderinhoud: 1500
 Vermogen: 88kW / 120pk
 Koppel: 300Nm

Verbruik: 1 op 20
 Uitrusting: Metaallak, Navigatie, achteruitrijcamera, cruise control, Driver Assistancepack4 Lichtmetalen velgen, Inrichting laadruimte met kast en vloer met dubbele bodem en onderladen.

Laadruimte: 3,6 m³
 Koopprijs: € 23,365,-
 Leaseprijs: € 447,- (full operational, obv. 30.000 p/jr, 4 jaar, excl. btw)
 Vanafprijs: € 11.495,-



Landgoed Zonheuvel

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

TE HUUR



Kantoorruimte | 1.750 m² | Vanaf 150 m²
Regulierenring 10 Bunnik

Huurprijs € 110,- p.m² p.j. | Koop bespreekbaar



Kantoorruimte | 2.660 m² | Vanaf 103 m²
Zoomstede 13 -25 Nieuwegein

Huurprijs € 95,- p.m² p.j.



Kantoorruimte | 732 m² | Vanaf 312 m²
Lorentzlaan 4 IJsselstein

Huurprijs € 115,- p.m² p.j.



Kantoorvilla's | Vanaf 130 m² – 395 m²
Wattbaan 10-22 Nieuwegein

Huurprijs € 85,- p.m² p.j.



Kantoorruimte | 595m² | Vanaf 54 m²
Amersfoortseweg 10 Zeist

Huurprijs vanaf € 70,- p.m² p.j.



Kantoorvilla | 428 m² | Vanaf 200 m²
Brenkmanweg 8 Culemborg

Huurprijs € 110,- p.m² p.j.