

UTRECHT

JAARGANG 33 | NUMMER 5 | NOVEMBER 2017

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT



Honderdjarige Jaarbeurs koestert band met stad
**"UTRECHTSE VIBE
BRENGT ONS VERDER"**

DUURZAAMHEID
*Utrecht heeft groen
goud in handen*

MKB-FINANCIERING:
"Wees zuinig op je tafelzilver"



Je maakt uren genoeg.

CIRCULARIS AUTOMATIC

Als je met plezier werkt, zijn de dagen kort. Tekort bijna om al je ambities te realiseren. Herken je dat? Kijk dan eens anders naar je tijd. Op 'n stijlvolle MeisterSinger – CC908 bijvoorbeeld. Een automatisch horloge dat met één wijzer 'n tikkeltje eigenwijs is. Kom langs in onze winkel en pas de MeisterSinger eens. Moet kunnen. Je maakt uren genoeg. Welkom!

UNIEK UURWERK MET
120 UUR GANGRESERVE



CC908 - Sunburst Blue
€ 4498,-



REIJERSEN VAN BUUREN
Juwelier

VOORWOORD



SAMEN

Ik zeg 'Bassie', u denkt 'Adriaan'. Ik zeg 'Eiffeltoren', u denkt 'Parijs'. Sommige dingen zijn zo onlosmakelijk met elkaar verbonden, dat het moeilijk is ze überhaupt nog los te zien. Zo'n band is er ook tussen Jaarbeurs en Utrecht. Ik zeg 'Jaarbeurs', u denkt 'Utrecht'... dat principe. Al honderd jaar vormt Jaarbeurs het evenementenhart van de start en dat zal de komende jaren alleen nog maar meer het geval worden, zo blijkt in een interview met CEO Albert Arp. De komende jaren investeert Jaarbeurs meer dan 100 miljoen euro in terrein en gebouwen, om 'één van de gaafste evenementenlocaties van Europa' te worden. De Jaarbeurs is volgens Arp smeeroelie voor de lokale economie. Elke euro die tijdens de ruim

8.000 evenementen bij Jaarbeurs wordt uitgegeven, zorgt voor 4 euro aan bestedingen bij hotels, restaurants en leveranciers. Andersom maken de stad en regio Jaarbeurs ook weer sterker. Het is precies het soort samenwerking waarvoor ook Convention Bureau Utrecht pleit in een verhaal in deze editie van Utrecht Business. Het merk Utrecht onderstreept daarbij de kracht van samenwerken, waarbij Utrecht staat voor een regio waar in verbinding met elkaar gecreëerd en geïnnoveerd wordt. Verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren, daar draait het allemaal om. Om de identiteit van stad en regio nog duidelijker te kunnen positioneren, is het merk Utrecht gedefinieerd. Er is nu zelfs een eigen merkpaspoort, waardoor verschillende dromen, ideeën, samenwerkingen en projecten worden verbonden aan één doel: sámen het merk Utrecht versterken. Het lijkt mij een uitstekend streven!

Teun van Thiel
teun@utrechtbusiness.nl



Zakenmagazine voor ondernemers
en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 33
November 2017, 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

VORMGEVING
Margot Noyons

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 abon-
nee 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 uit-
gever voorbehouden.

www.utrechtbusiness.nl

- 6** Honderdjarige Jaarbeurs koestert band met de stad
- 9** Eldee Expo Experts: 'Eén kans voor een goede indruk'
- 12** Merk Utrecht onderstreept kracht van samenwerken
- 17** Hyundai Kona en Autobedrijf Cluistra: klaar voor de toekomst
- 18** Utrecht heeft groen goud in handen
- 21** Inzicht en advies: deskundig, betrouwbaar en onafhankelijk
- 22** Arbeidsvoorwaarden: "Goed nadenken over juiste samenwerkingsvorm"
- 24** Topthema's: buiten de gebaande paden
- 27** Column Van Benthem & Keulen: controle internetgebruik werknemers
- 29** Sterk bedrijfsleven voor een vitale gemeente
- 33** BHG: unieke locaties, fijne mensen
- 34** Cloud systemen vragen andere manier van denken
- 36** MKB-financiering: "Wees zuinig op je tafelzilver"
- 38** Skipiste Nieuwegein: verrassend veelzijdig recreatiebedrijf in de regio
- 40** 2025 cruciaal jaar voor stadsdistributie
- 44** Ondersteuning voor MKB voor kick-start bij innovaties
- 47** Literatuur
- 49** Business Flitsen



"Utrechtse vibe brengt ons verder"



"Complimenten dat zij dit hebben aangedurfd"

12
'Verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren'



24
Naast topsectoren zijn tophema's nodig



5



34
Het nieuwe werken in de cloud



36
MKB steeds vaker gestapeld gefinancierd



40
Snel duidelijkheid over emissieloze gebieden

Albert Arp: "Jaarbeurs is smeerolie voor de lokale economie. De vernieuwing en uitbreiding van het Stationsgebied versterkt onze propositie enorm."

6

HONDERDJARIGE JAARBEURS KOESTERT BAND MET DE STAD "UTRECHTSE VIBE BRENGT ONS VERDER"

Bij het honderdjarig bestaan van Jaarbeurs kijkt CEO Albert Arp vol vertrouwen naar de toekomst. De nieuwe strategie levert nu alweer zwarte cijfers en groeiperspectief op in binnen- en buitenland. De komende jaren investeert Jaarbeurs ruim 100 miljoen euro in terrein en gebouwen. "Dit wordt een van de gaafste evenementenlocaties van Europa."

TEKST: HANS HAJÉE FOTOGRAFIE: MARNIX SCHMIDT

Albert Arp was veelbelovend semi-profwieler tot dat een val eind jaren tachtig abrupt een einde maakte aan zijn topsportcarrière. Na studies Bedrijfseconomie aan de UvA en Auditing aan de Erasmus Universiteit volgden advies- en bestuursfuncties. Arp was onder meer voorzitter raad van bestuur van het Ziekenhuis St. Jansdal in Harderwijk, door Elsevier meermaals uitgeroepen tot beste ziekenhuis.

STERKE COMEBACK

De keuze om begin 2016 als CEO bij Jaarbeurs aan de slag te gaan, lijkt verrassend. "Ik breng zaken in beweging, zorg voor verandering," zegt Arp. "Na het formuleren van een bestendige visie is het daartoe zaak om de mensen mee te krijgen en de strategie vervolgens gezamenlijk uit te voeren. Deze gouden driehoek – visie, framen, executie – fascineert mij en is op veel plekken van waarde." Ook bij Jaarbeurs. Na decennia van voorspoed kende de Utrechtse beurs- en evenementenorganisator een aantal verliesgevende jaren. Daar is nu verandering in gekomen. "Gelukkig is het financiële fundament zeer solide. Dat vormt de basis voor een sterke comeback met een afgeslankte maar effectieve organisatie."

MARKTEN EN MERKEN

Daartoe formuleerde Jaarbeurs een strategie waarbij waardevolle ontmoetingen centraal staan. "Doel: handel tot stand brengen, kennis delen en passie beleven. Daarbij focussen we op grootschalige live events voor een aantal kernmarkten. Verder beschikt Jaarbeurs over ijzersterke merken zoals de Vakantiebeurs, met meer dan 100.000 bezoekers het grootste Europese evenement in zijn soort. Die bouwen we verder uit." De focus op markten en merken vereist discipline. "Het betekent heldere keuzes maken bij nieuwe concepten. En evenementen afstoten die niet bij ons passen."

LIVE EN ONLINE

Juist in dit online tijdperk doen ontmoetingen er meer dan ooit toe, stelt Arp. "Ook zijn er steeds meer voorbeelden waarbij beide elementen elkaar versterken. Neem Dutch Comic Con; vanuit een online community ontstond de behoefte om elkaar ook echt te ontmoeten. Eind november komen ruim 20.000 liefhebbers naar de Jaarbeurs, veelal uitgedost als hun favoriete strip- of filmfiguur." De combinatie live en online komt op meerdere manieren tot stand. "KreaDoe wordt hier al tientallen jaren gehouden en kent een bloeiende Facebookcommunity."

TWEERICHTINGSVERKEER

De buitenlandse activiteiten van Jaarbeurs zijn onverminderd succesvol. Dochterbedrijf VNU Exhibitions heeft kantoren in Sjanghai en Bangkok. Het merk VIV – beurs voor feed en food – wordt in steeds meer landen uitgerold. "De sterke positie maakt ons in Azië een interessante gesprekspartner voor overheden. Ook de samenwerking met concerns als Alibaba en Tencent is waardevol voor het bedrijf." Jarenlang had China grote behoefte aan Westerse expertise. "Het land maakt een omslag van imitatie naar innovatie en wordt op steeds meer gebieden leidend. In de toekomst zal sprake zijn van tweerichtingsverkeer; Chinese kennis en activiteiten komen naar Europa. Ook daarbij speelt Jaarbeurs graag een rol."

100 MILJOEN EURO

De onder Arp ingezette strategie werpt vruchten af. "Dit jaar zijn de cijfers weer zwart en de prognose voor 2018 duidt op verder herstel. Daarmee gaan we vol zelfvertrouwen de volgende uitdaging aan: een ingrijpende metamorfose van onze gebouwen en het Jaarbeursterrein." De komende jaren investeert het bedrijf ruim 100 miljoen euro. Momenteel wordt hard gewerkt aan de plannen. Daarbij schakelt Jaarbeurs architect Winy Maas in, onder meer bekend van de Rotterdamse Markthal. Belangrijk element in het vernieuwde gebied is de Centruboulevard, een voetgangerszone die Jaarbeurs vanaf het Merwedekanaal verbindt met het historische centrum. Door een grondruil met de gemeente verdwijnt het parkeerterrein aan de Croeselaan. Naast megabioscoop Kinopolis Jaarbeurs – al volop in bedrijf – komen er nieuwe functies zoals een hotel. Het gaat hier om ontmoeten en verblijven. Hallen worden deels gesloopt en nieuw gebouwd, deels gerenoveerd. Jaarbeurs concentreert de parkeerruimte aan de overkant van het Merwedekanaal.

HEALTHY URBAN LIVING

De Jaarbeurszijde van het Centraal Station is nu een plek waar je zonder dringende noodzaak niet komt. "Dat gaat veranderen," zegt Arp. "Het wordt een dynamisch gebied waar altijd wat te beleven is, waar mensen graag verblijven. Voor onze klanten wordt dit een van de gaafste evenementenlocaties van Europa." De ligging pal aan het vernieuwde Centraal Station is daarbij een sterke troef. "Bezoekers die met de trein komen, zijn binnen een paar minuten ter plaatse. Dat maakt het heel verleidelijk om de auto te laten staan. Een onderscheidend kenmerk, ook vanuit het oogpunt van duurzaamheid." Met jaarlijks 2,5 miljoen bezoekers voelt

Jaarbeurs een sterke verantwoordelijkheid om duurzaamheid te stimuleren. "Het vormt een rode draad bij het vernieuwde Jaarbeursterrein. Dat gaat veel verder dan het gebruik van zonnepanelen. We willen echt een voorbeeld creëren, bijvoorbeeld op het gebied van circulariteit. Deze doelstelling past bij Healthy Urban Living als hét speerpunt van stad en regio. Steeds meer partijen omarmen de gezamenlijke ambities op het gebied van groen, gezond en slim. Jaarbeurs doet dat voluit."

SMEEROLIE

Jaarbeurs en Utrecht zijn al honderd jaar onlosmakelijk met elkaar verbonden. "We zijn smeerolie voor de lokale economie," weet Arp. "Elke euro die tijdens de ruim 8.000 evenementen wordt uitgegeven, zorgt voor 4 euro aan bestedingen bij hotels, restaurants en leveranciers. Andersom maken de stad en regio ook ons sterker. Denk aan Utrechtse bedrijven die het congres- en vergadercentrum gebruiken voor bijeenkomsten. De vernieuwing en uitbreiding van het Stationsgebied versterkt onze propositie enorm. Niet alleen economisch, ook mentaal. Utrecht is een gemeente die investeert, waar gebouwd wordt. Een stad met ambitie en toenemend zelfvertrouwen. Dat leidt tot een vibe die ook Jaarbeurs inspireert. En bijdraagt aan onze doelstelling om weer een toonaangevende evenement- en congresorganisatie te worden. Landelijk en op termijn zeker ook internationaal."

TRANSPARANT Vernieuwen

Op de zesde verdieping van het Beatrixgebouw bevindt zich de Jaarbeurs Innovation Mile, kortweg JIM: een samenwerkplek van ruim 7.000 m². "JIM is bedoeld voor scale-ups en vernieuwers," verduidelijkt Arp. De nadruk ligt op ontmoeting en interactie. "Bedrijven als SnappCar, BeBright en Lygature kozen voor JIM. Alliander brengt er haar innovatieteam onder. Er zijn al uitbreidingsplannen voor een tweede verdieping." De jonge, vernieuwende bedrijven triggeren niet alleen elkaar maar ook Jaarbeurs. "Een aantal JIM-bewoners dacht op ons verzoek mee over de toekomstige invulling van een van de beurzen. Hun frisse blik en innovatiekracht zijn van grote waarde. Zo'n samenwerking is een voorbeeld van de toegenomen transparantie bij Jaarbeurs."

FENEXPO

B U S I N E S S D A G E N

DEELNEMEN
AL VANAF
940,-

Hét netwerkevenement
van Midden-Nederland!

10, 11 en 12 april 2018
Evenementenhal Gorinchem

Info: 0183 - 820 230 • www.fenexpo.nl



Bedrijvig

Hademax
INTERNET OPLOSSINGEN

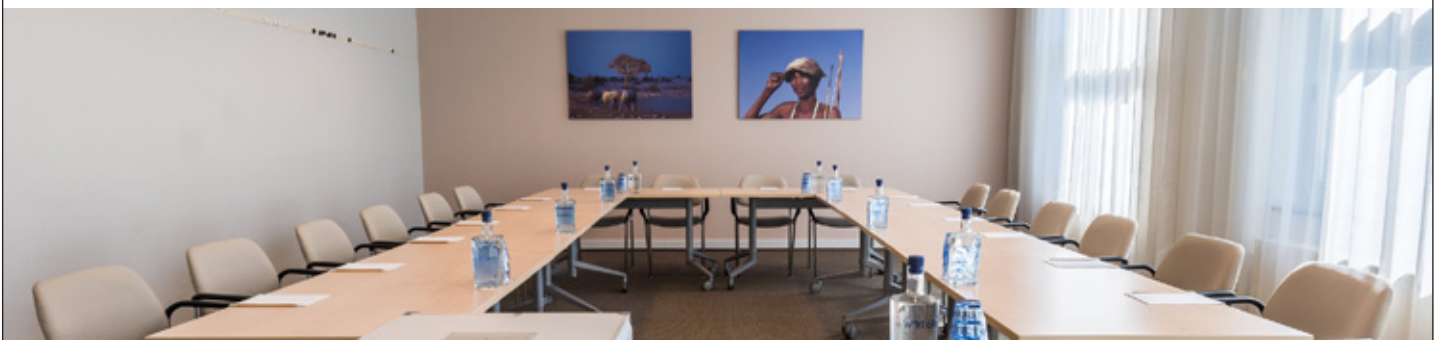


Z A K E N D O E N - I N S P I R E R E N - N E T W E R K E N



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN

SOESTERBERG - UTRECHT
TELEFOON 0346 351755
WWW.KONTAKTDERKONTINENTEN.NL



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN



WAAROM OP KANTOOR BLIJVEN ALS ONZE WERELD ZO MOOI IS!?



ELDEE EXPO EXPERTS

'ÉÉN KANS VOOR EEN GOEDE EERSTE INDRUK'

Vormgeving en technologie spelen een steeds grotere rol wanneer je tijdens een beurs als standhouder de aandacht van bezoekers probeert te trekken. Klanten van Eldee Expo Experts kunnen binnenkort kennismaken met de laatste trends op dit gebied in het nieuw te openen experience center in hun pand in Geldermalsen. "Je krijgt maar één kans om een goede eerste indruk achter te laten", aldus eigenaresse Caroline Drost.



Eldee Expo Experts ontwerpt en bouwt al veertig jaar gemiddeld zo'n 700 beursstands per jaar voor een internationale klantenkring, waarvan ongeveer 55 procent in het buitenland wordt gerealiseerd. "We bouwen steeds meer over de grens, waaronder in Duitsland, Italië en Rusland", vertelt Caroline Drost enthousiast. "Buiten Europa werken we veel in de Verenigde Staten. Om daar onze markt uit te breiden staan we met een eigen stand op Exhibitor Live, die plaatsvindt van 26 tot en met 28 februari 2018 in Las Vegas." Caroline Drost is van mening dat je maar één keer de kans krijgt om een goede eerste indruk achter te laten. "Alles moet kloppen, is de boodschap die ik vaak aan mijn klanten meegeef. Dit gaat ook voor onszelf op in Las Vegas. Alles hangt met elkaar samen. Belangrijk zijn bijvoorbeeld mooie flyers en beeld, de juiste geur op de stand en lekkere koffie. Ook moeten de bezoekers te woord gestaan worden door enthousiaste medewerkers die er verzorgd uitzien en goed luisteren. Het gaat om de totale beleving. Dit alles zorgt ervoor dat je

goede ontmoetingen zult hebben. Wanneer je iemand een handdruk geeft, moet je in zijn of haar hoofd blijven hangen. Uiteindelijk hopen we in Las Vegas potentiële klanten te overtuigen om met ons op afstand te communiceren over ontwerpen en designs die wij zelf maken of door lokale betrouwbare partijen laten bouwen. Het gaat erom dat ze ons willen contracteren als standbouwer. Ze hoeven hiervoor niet naar Nederland te komen, omdat we prima op afstand per mail en/of telefonisch kunnen communiceren om bijvoorbeeld hun beurzen in Europa te bouwen."

SCHERP HOUDEN

Het mag duidelijk zijn dat Eldee Expo Experts veel meer doet dan alleen een stand op- of afbouwen. "We ondersteunen de klant desgewenst met bijvoorbeeld transport en logistiek, kabels en techniek, catering en schoonmaak. Ook proberen wij onszelf continu in de schoenen van de afnemer te verplaatsen. Dit is niet altijd even makkelijk. Een afnemer van een

consultancy bedrijf is namelijk een hele andere doelgroep met hele andere wensen dan een afnemer van een farmaceutisch bedrijf. Regelmatig spreken we ons team dan ook aan op de toppen van hun kunnen. We blijven elkaar scherp houden. Wanneer er een zeven gescoord wordt, ondernemen we actie. Een cijfer lager dan een acht zorgt er voor mij persoonlijk voor dat een dag minder leuk is."

Dat de klant deze werkwijze waardeert, blijkt uit het feit dat Eldee Expo Experts in 2016 voor tweede jaar op een rij 'Meeting Supplier van het Jaar' werd. Ook voor 2017 is het bedrijf weer in de race. "Dat we twee keer deze titel behaald hebben, legt voor ons de lat nog hoger", aldus Caroline Drost. "Bij ons blijft altijd de vraag voorop staan: 'Als je zelf klant zou zijn, wat zou je dan fijn vinden?' Wij snappen als geen ander dat een ondernemer gespannen is wanneer hij op een beurs staat. Hij heeft aardig wat geïnvesteerd en is in één ruimte met belangrijke beslissers. Hier moet het



gaan gebeuren. Aan ons de taak dat de ondernemer op de beurs zijn eigen fighting unit heeft en zo zijn doelstelling kan behalen. Dat is niet alleen onze werkwijze voor klanten in Nederland, maar voor klanten van over de hele wereld.”

EXPERIENCE CENTER

Eldee Expo Experts gaat graag een stap verder om de klant nog beter van passend advies te voorzien. Momenteel wordt er hard gewerkt aan de realisatie van een experience center in het pand in Geldermalsen. Hier kunnen klanten zich laten informeren over alle mogelijkheden op het gebied van standbouw op maat en de laatste trends ontdekken. “Trends pikken we overal op, van een bijzondere lantaarnpaal op straat tot een beamerprojectie in een horecagelegenheid. Ook gaan we naar evenementen zoals techfest Bright Day in Utrecht, waar bezoekers onder andere kennis kunnen maken met Virtual Reality, drones en Smart Homes. We letten constant op ontwikkelingen die ook interessant zijn

voor onze branche. Wanneer je kijkt naar onze markt gaan trends op het gebied van technologie ontzettend hard. Mensen zijn gewend om continu bewegend beeld om zich heen te hebben. Niet alleen als informatievoorziening, maar ook als achtergrond. LEDskins worden bijvoorbeeld veel gebruikt om een beursstand te laten opvallen. Hiermee creëer je een soort bewegend printwerk. Ook Virtual Reality zul je steeds meer terug gaan zien in een stand. In ons experience center kunnen we onze klanten alles laten beleven. Wij proberen altijd voorop te lopen.”

JUISTE MIX

Toch is de juiste mix volgens Caroline Drost de doorslaggevende factor of een ondernemer of merk succesvol op een beurs is of niet. “Vergeet niet dat jouw buurman ook die LEDskins kan hebben op zijn stand. Dus ga ook voor die goede kop koffie en dat échte stukje menselijkheid, het echt *on site* overbrengen van de sfeer van je bedrijf & product. Zorg ervoor dat de klant zich thuis

voelt. Vergeet niet dat je op een beurs je klant echt ‘binnen’ kunt hebben, hoe uniek is dat?”

www.eldee.com



“Alles moet kloppen, is de boodschap die ik vaak aan mijn klanten meegeef”, aldus Caroline Drost.



MERK UTRECHT ONDERSTREEPT KRACHT VAN SAMENWERKEN 'VERBINDEN, INNOVEREN EN LANGDURIGE WAARDE CREËREN'

Utrecht is een regio waar in verbinding met elkaar gecreëerd en geïnnoveerd wordt. Dit inspireert verschillende kennisevenementen om voor Utrecht als bestemming te kiezen. Om de identiteit van de stad en de regio nog duidelijker te kunnen positioneren, is het merk Utrecht gedefinieerd. Utrecht heeft zelfs haar eigen merkpaspoort, waardoor verschillende dromen, ideeën, samenwerkingen en projecten worden verbonden aan één doel: samen het merk Utrecht versterken. Het Utrecht Convention Bureau (onderdeel van Utrecht Marketing) zet in op congressen en evenementen die in overeenstemming zijn met het merk. Het merk vormt daarmee niet alleen een houvast, maar ook een strategisch kader.

FOTOGRAFIE: JURI HIENSCH, WOUTER JANSEN EN RENZO GERRITSEN

"Tot 2015 positioneerde Utrecht zich als stad van kennis en cultuur. Maar in Utrecht vinden veel meer ontwikkelingen plaats", legt brandmanager Max Trienekens van Utrecht Marketing uit. "Om een completer beeld van de Utrechtse identiteit te kunnen geven, hebben we samen met organisaties, bedrijven en instellingen, waaronder de gemeente, Economic Board Utrecht en de Rabobank onderzocht wat het DNA van de stad en de regio is, en wat onze ambities zijn. We concludeerden dat Utrecht uitblinkt in verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren. De stad en de regio inspireren door mensen, ideeën, projecten en ambities samen te brengen. Deze verbindingen zijn sector overschrijdend; publieke en private partijen slaan de handen ineen op het gebied van kennisontwikkeling, economie, sport en cultuur en zorgen voor innovatieve, vernieuwende samenwerkingen. Het feit dat Utrecht een regio met een menselijke maat is, maar met grootstedelijke voorzieningen, maakt dit mogelijk."

KENNIS

De diverse kennisinstellingen en bedrijven die gevestigd zijn op het Utrecht Science Park dragen bij aan de missie van Utrecht: samen gepassioneerd vooruitgang brengen. Persvoorlichter Merel van der Ham: "Mede dankzij het Utrecht Science Park, een broedplaats voor innovatie, is Utrecht uitgeroepen tot één van de meest competitieve regio's van

Europa. Er wordt op dit moment hard gewerkt aan het ontwikkelen van een netwerk waarin onderwijsinstellingen, bedrijven, instanties, de provincie en de gemeente elkaar nog makkelijker kunnen vinden. Dat zorgt voor een sterke innovatiedynamiek en maakt Utrecht een proeftuin voor stedelijke ontwikkelingen." "Een mooi voorbeeld op het gebied van gezondheidszorg is het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie", voegt Trienekens toe. "Meestal zijn een ziekenhuis en laboratorium twee fysiek gescheiden instanties. Het Prinses Máxima Centrum is het eerste centrum in Europa dat expertise in de zorg en research bundelt op één locatie. Daarom werken straks kinderoncologische specialisten uit heel Nederland in het Prinses Máxima Centrum samen met toponderzoekers van over de hele wereld. Dit initiatief is echt Utrechts; kennis en zorginstelling slaan de handen ineen om samen gepassioneerd vooruitgang te brengen." Deze bedrijven maken onderdeel uit van de identiteit van Utrecht en trekken bovendien andere bedrijven en instellingen met ambities aan. "Dit soort initiatieven zien we niet alleen in de zorg- en kennissector maar ook in de cultuur- en commerciële sector. Denk hierbij aan de vele festivals die in Utrecht zijn ontstaan zoals Nederlands Film Festival, Festival Oude Muziek en Le Guess Who?. Ook hierin is sectoroverstijgende samenwerking een sleutelbegrip. Het creëren in samenwerking zit echt in het DNA van de stad en regio."





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

Het einde van het jaar is weer in zicht, tijd om uw medewerkers te bedanken voor hun inzet het afgelopen jaar en hen te verrassen met een gezellige avond in de vorm van een uitgebreid koud en warm buffet, een diner met heerlijke wild gerechten 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 Haarzuilens op steenworp afstand van Utrecht, is 't Wapen van Haarzuylens bovendien de ideale locatie voor al uw zakelijke bijeenkomsten.

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

VOOR FOCUS EN INSPIRATIE



Pand Betuwe



DIRECT AAN DE A2 IN BEESD - VOOR GROEPEN VAN 2-30 PERSONEN

WWW.PANDBETUWE.NL 0345-565652



VERBINDINGEN

De nieuwe identiteit van Utrecht biedt ook houvast voor het Utrecht Convention Bureau, dat verantwoordelijk is voor het aantrekken van kennisevenementen naar de stad en de regio. Accountmanager Monique André de la Porte licht verder toe vanuit het merk als strategisch kader: "Wij gaan specifiek op zoek naar evenementen die een duidelijke link hebben met life sciences en health, innovatie en duurzaamheid. Utrecht ambieert om gezond, sociaal en zelfstandig samenleven te bevorderen in een prettige, duurzame en economisch welvarende stad. Dit spreekt opdrachtgevers aan. Bij al onze activiteiten speelt het verbinden van verschillende partijen een grote rol. Wanneer wij bijvoorbeeld een site visit organiseren, gaat het niet alleen over wat Utrecht aan locaties te bieden heeft, maar brengen we partijen ook in contact met bedrijven die wellicht een interessante toevoeging voor het congres kunnen zijn. De keuze voor een bestemming is niet langer enkel gebaseerd op de uitstraling, de prijs en de bereikbaarheid. Ook het verhaal van de stad en regio is van belang."

Utrecht heeft in de afgelopen jaren een aantal mooie congressen mogen verwelkomen. "De onderwerpen zijn divers, maar passen allemaal in de identiteit van Utrecht", vertelt Business Researcher Liza Verkroost. "Zowel kennisevenementen over wiskunde, gezondheidszorg voor varkens, kinderpsychologie en kankeronderzoek, als het congres van de International Association for the Study of the Commons (IASC) hebben hier plaatsgevonden. "In Utrecht staan mensen open voor elkaar en voor samenwerking. Dat betekent dat wanneer er in de stad een congres met 900 deelnemers plaatsvindt, er een hele natuurlijke interactie met de bewoners plaatsvindt", voegt André de la Porte toe. "Daardoor maak je als stad en regio een goede indruk. Dit zorgt ervoor dat tevreden congresgangers ook privé terugkomen."

FACILITEITEN

Waar voorheen de focus lag op de stad, wordt tegenwoordig de hele regio Utrecht gepromoot als een veelzijdige congresbestemming die uitstekend bereikbaar is. "Steeds meer locaties op de Heuvelrug en in steden zoals Zeist en Woerden sluiten zich aan", stelt André de la Porte. "Ook zij maken onderdeel uit van de identiteit van Utrecht. Bovendien hebben we de samenwerking met de regio ook gewoon nodig. Hoe meer locaties en hotels je kunt bieden, des te meer mogelijkheden er zijn voor de kennisevenementen. Congresorganisatoren kunnen nu kiezen voor een historische of juist een moderne locatie in het bruisende stadsleven, of voor een verblijf in de regio midden in de inspirerende natuur zonder afleiding."

Met de mogelijkheid om uit te wijken naar de regio kan Utrecht maximaal 2.000 congresdeelnemers ontvangen per congres. "Wat betreft de hotelcapaciteit zitten we nu op ongeveer 2.000 hotelkamers. Naar verwachting komen daar in de komende tien jaar nog een kleine 1000 kamers bij. Extra aantrekkelijk is natuurlijk het Stimuleringsfonds Kennisevenementen, waar met name verengingscongressen erg blij mee zijn. Het biedt een extra ondersteuning van maximaal 10.000 euro per congres, mits deze raakvlakken hebben met de speerpunten groen, gezond en slim."

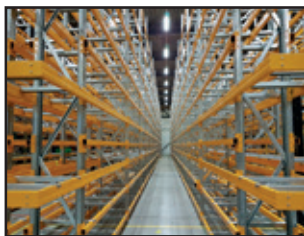
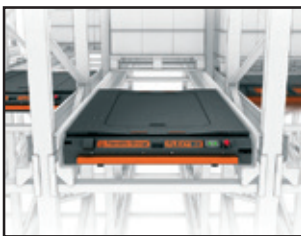
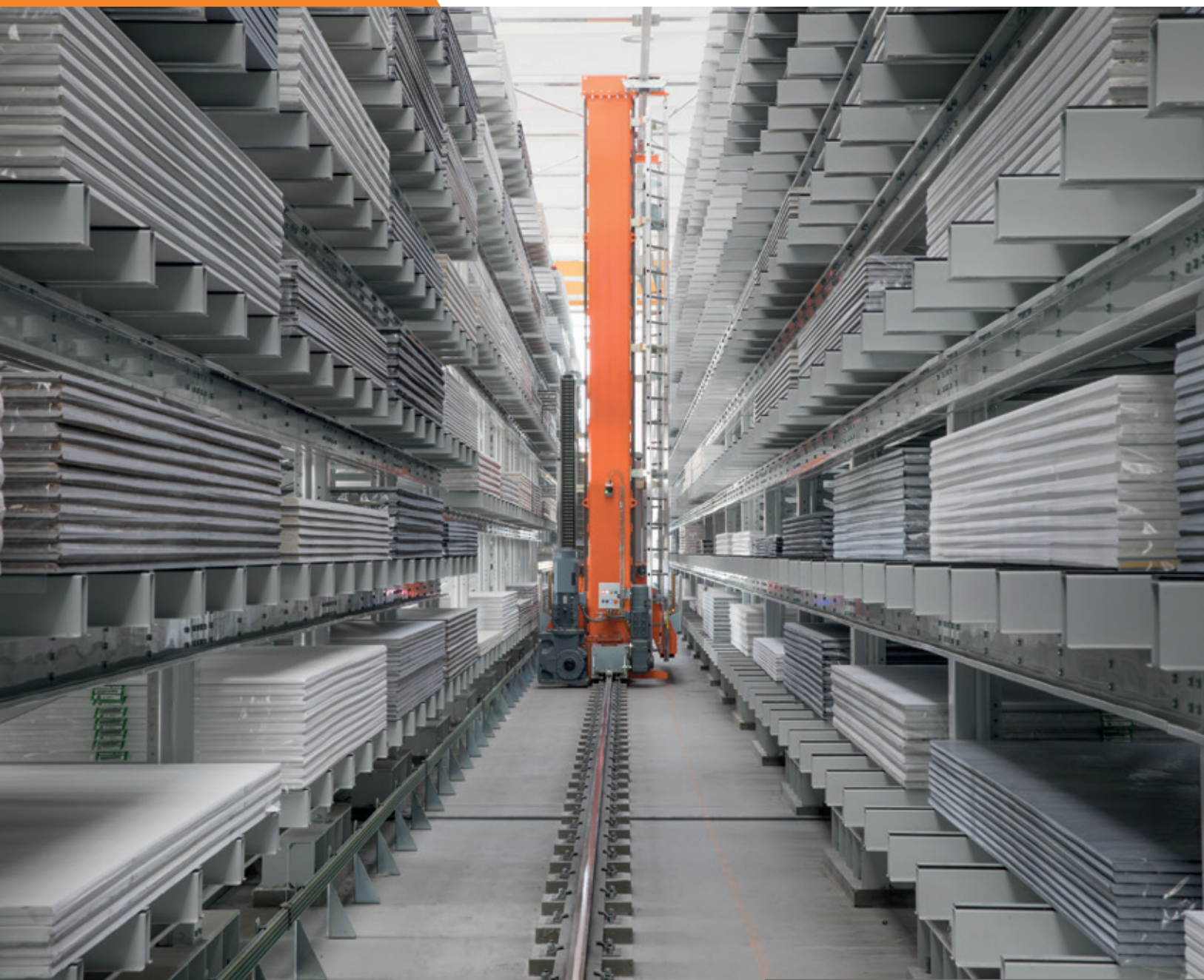
PLATFORM

André de la Porte wijst voor het succes van Utrecht als congresbestemming ook op de goede contacten tussen de partners onderling. "We merken dat er meer dan ooit behoefte is aan een platform waar partners samen op kunnen trekken. De focus ligt op het samenwerken en cross selling. Wanneer een locatie niet genoeg beschikbaarheid heeft, wordt er doorverwezen naar die ene collega die wel genoeg ruimte heeft. De achterliggende gedachte is dat men de bijeenkomsten vooral niet de regio uit moet laten gaan. De behoefte aan samenwerken zie je ook terug in initiatieven zoals Hotel Service Utrecht, een kosteloze online reserveringsdienst waarop congres- en evenementdeelnemers eenvoudig en veilig hun hotelkamer kunnen reserveren en betalen." Verkroost: "De betrokkenheid is erg groot. Dat merken we bij gezamenlijke activiteiten zoals onze deelname aan de beurs EventSummit (voorheen EvenementContact) waar we in 2016 met 14 partners stonden om samen de stad en de regio te promoten. Of de Locatietour van afgelopen oktober waarbij eventplanners per fiets de mogelijkheden verkenden. De kracht zit in het samenwerken."

www.utrechtconventionbureau.com

UTRECHT CONVENTION BUREAU

Organisatoren die een kennisevenement in en om Utrecht willen organiseren, kunnen rekenen op de assistentie van Utrecht Convention Bureau, dat kosteloos, onafhankelijk en deskundig advies biedt over de congres- en informele programmamogelijkheden in Utrecht en onder andere een bidfonds ter beschikking stelt. Ook initiatieven zoals Hotel Service Utrecht maken het organiseren van (internationale) bijeenkomsten makkelijk. Bovendien is Utrecht vanaf Schiphol binnen een half uur per trein en auto te bereiken en is de regio prijstechnisch zeer gunstig.



ALLE OPLOSSINGEN BINNEN ÉÉN BEDRIJF

VOOR MEER INFORMATIE:

Ferretto Group Holland BV | Kerkenbos 10109 | 6546 BJ Nijmegen | T +31(0)24 7600 840 | www.ferrettogroup.nl



HYUNDAI KONA ÉN AUTOBEDRIJF CLUISTRA:

KLAAR VOOR DE TOEKOMST

Het gaat goed met Autobedrijf Cluistra (Mazda en Hyundai) en als de voortekenen niet bedriegen, gaat ook de hagelnieuwe Hyundai Kona stevig bijdragen aan dat feit. In de compacte SUV komt volgens Gert Cluistra de complete toekomstvisie van Hyundai terug, met alle features die van Hyundai een premium merk maken: "We hebben er het volste vertrouwen in dat we hiermee nóg meer kunnen gaan betekenen voor onze klanten."

Op het moment van spreken is de Hyundai Kona net een paar dagen aanwezig in de showrooms van Autobedrijf Cluistra in Nieuwegein en Veenendaal. Eigenaren Jan en Gert Cluistra zijn verheugd met de nieuwe telg in de Hyundai-familie. Autojournalisten in binnen- en buitenland zijn al net zo lyrisch over de even speelse als luxueuze cross-over die van de 'Koreaanse' band is komen rollen. Wereldwijd is Hyundai het snelst groeiende automerk en met de nieuwe Kona onderstreept het merk nog eens haar toekomstvisie, waarin ook elektronificering – iets waar Hyundai voorloper in is – een belangrijke rol speelt. "Zo is nu ook al bekend dat in 2018 zowel een elektrische als een hybride variant van de Kona op de markt wordt gebracht", geeft Gert Cluistra aan.

BELANGRIJK SEGMENT

De Hyundai Kona is een zogenaamde mini SUV, maar eigenlijk doet de toevoeging 'mini' de auto te weinig eer aan. Wie in de Kona stapt zal namelijk direct merken dat hij

dan verbluffend ruim blijkt. "De auto klópt gewoon en voldoet aan alle wensen die autobestuurders tegenwoordig hebben", geeft Cluistra aan. "Mensen willen hoger zitten, hoeven niet per se een heel grote auto meer, maar te klein is ook niet wenselijk. Dit is een heel belangrijk segment in de autowereld en Hyundai gaat daarin nu een flinke rol spelen."

ZEER LUXE

Op de Hyundai-ladder staat de Kona gepositioneerd op een plek net onder de grotere Tucson. Qua prijs schurkt de Kona tegen zijn grotere broer aan, met een vanaf-prijs van minder dan € 22.000,-. "Dat zit 'm in de luxe waarmee de Kona in de basis al mee is uitgerust", legt Cluistra uit. Daar is niks van gelogen. De 'basisversie' heeft namelijk een sterke 1.0 T-GDI motor van 88kW (120pk) en is meteen al zeer luxe uitgerust met bijvoorbeeld airconditioning, elektrisch bedienbare ramen voor- en achter, centrale deurvergrendeling, verwarmbare en elektrisch verstelbare buitenspiegels, cruise control, projectiever-

lichting, een armsteun, een radio met zes luidsprekers plus USB-/AUX-aansluiting en stuurwielbediening. Het Lane Keeping Assist System en de Drivers Attention, de Hill-Assist Control (die achteruitrollen op een helling voorkomt) en de Downhill Brake Control vergroten samen met de LED-dagrijverlichting en de LED-achterlichten in de achterspoiler de veiligheid van bestuurder en passagiers.

HOGЕ VERWACHTINGEN

"We hebben echt hoge verwachtingen van de Kona", geeft Gert Cluistra aan. "Vijf jaar aan ontwikkeling komen samen in deze auto. We hebben dan ook meer dan genoeg ingekocht, dus mensen kunnen er snel mee wegrijden. Ook hebben we de nodige demo's klaarstaan. Als bedrijven die bijvoorbeeld meerdere dagen willen inzetten voor hun medewerkers, dan is dat dus ook zeker mogelijk."

De Hyundai Kona is nu verkrijgbaar vanaf €21.995,-. Meer informatie op www.cluistra.nl

Roy Ellenbroek, Robin Berg en Dick van der Eijk:
 "Private financiering van duurzame projecten is cruciaal."



18

DUURZAAMHEID VERSNELT DOOR FINANCIËEL SAMENSPEL ENERGIEFONDS EN RABOBANK

UTRECHT HEEFT GROEN GOUD IN HANDEN

Duurzame energieprojecten zijn via reguliere kanalen vaak nog lastig financierbaar. Daarom doet Robin Berg (Lombboxnet) een beroep op het Energiefonds Utrecht. Rabobank Utrecht zorgt voor een primeur door mee te investeren in een van zijn recente initiatieven, 4.000 zonnepanelen op tien schooldaken. "Complimenten dat zij dit hebben aangedurfd. Het markeert de manier waarop bank en Energiefonds elkaar idealiter aanvullen."

Zonne-energie fascineert Robin Berg. "Zestien jaar geleden al plaatste ik 42 PV-panelen op mijn dak en was daarmee de eerste Utrechter die meer stroom produceerde dan ik verbruikte. Het energiebedrijf snapte destijds niet wat ze aan moest met een teruglopende meter." Inmiddels zijn zonnepanelen een vertrouwd gezicht. Toch ervaart Berg bij de projecten die hij initieert vaak dat financiering een bottleneck is. "Belangrijkste oorzaak: de rijksoverheid toont zich onbetrouwbaar bij de steun van zonne-energie. Daardoor is zonne-ener-

gieopwekking lastig via reguliere kanalen te financieren."

SERIEUS STIMULEREN

In het Energiefonds Utrecht vond Berg een partner om zijn duurzame energieprojecten toch te realiseren. "Een van de eerste initiatieven die wij bij de start in 2013 financierden, was een project van Robin," zegt fondsmanager Roy Ellenbroek. Het Energiefonds richt zich uitsluitend op financieel gezonde projecten die door banken of andere financiers als te klein of te risicovol

worden beoordeeld. "Door een lening, garantie of participatie zorgen wij ervoor dat een project alsnog kan worden gerealiseerd. Hierbij gaat het om bedragen van 5.000 tot 1 miljoen euro." Het huidige fonds bevat 7 miljoen euro. "Een aanzienlijk bedrag, waarmee de gemeente Utrecht heeft laten zien dat zij het stimuleren van duurzaamheid zeer serieus neemt."

EXTRA INSPANNING

SDE-subsidies zijn een belangrijk fundament onder zonne-energieprojecten. "Maar lang

ENERGIEFONDS WORDT PROVINCIAAL

Sinds de start ondersteunde het Energiefonds Utrecht ruim 25 bedrijven en organisaties. Dat leverde zo'n 20 miljoen euro aan private investeringen op in energiebesparing en duurzame energieopwekking. In januari 2018 breidt het fonds uit en richt zich op de gehele provincie Utrecht. "In deze nieuwe opzet kunnen we 21 miljoen euro inzetten," zegt Ellenbroek. "Zo kan het Energiefonds de noodzakelijke energietransitie verder versnellen."

niet alle initiatieven waarvoor subsidie wordt aangevraagd, kunnen worden gerealiseerd," zegt Ellenbroek. "Het is zonde dat waardevolle projecten niet doorgaan omdat de financiering mislukt." Normaal neemt het Energiefonds tot vijftig procent van het benodigde bedrag voor haar rekening. "Bij een actueel project van Robin voor 4.000 zonnepanelen op tien schooldaken gingen wij een stap verder en financierden het grootste deel voor. Aanleiding voor deze extra inspanning was het commitment van Rabobank dat zij de financiering deels zouden overnemen."

PRIMEUR VOOR RABOBANK

Duurzaamheid en innovatie zijn belangrijke speerpunten voor de bank, zegt Dick van der Eijk, Accountmanager MKB bij Rabobank Utrecht. "Regelmatig financieren wij grootschalige zonnestroom-installaties. Duurzame projecten in het mkb zijn qua risico's lastiger in te passen in bancaire kaders. Als zodanig is deze case voor ons een primeur. Belangrijk daarbij waren de goede contacten met het Energiefonds en ons vertrouwen in het ondernemerschap van Robin, al jarenlang klant bij Rabo."

De case kwam niet zonder slag of stoot rond. "Inkomsten bestaan vooral uit subsidies; hoe zeker zijn deze? En welke waardering ken je toe aan panelen? Er is met meerdere specialisten binnen Rabobank gesproken, onder meer met onze sectormanagers. De gezamenlijke inspanningen resulteerden in een voor Robin passend voorstel waarbij ook Rabo Groenbank participeert. Een provinciale garantstelling voor duurzame projecten zorgde voor extra zekerheid."

GRAAG IN GESPREK

Door de financiering van Rabobank kon het Energiefonds haar aandeel terugbrengen tot 50%. "Het markeert de manier waarop bank en fonds elkaar idealiter aanvullen," stelt Ellenbroek. "Met een maatschappelijke drijfveer investeert het Energiefonds in duurzame projecten die nog niet privaat gefinancierd kunnen worden. Zodra dat wel haalbaar is, neemt de bank het stokje over. Complimenten voor Rabobank dat zij dit als eerste hebben aangedurfd." Van der Eijk verwacht dat dit steeds vaker gebeurt. "Naarmate we meer van dergelijke projecten financieren, groeit het inzicht in risico's, kasstromen en subsidieregelingen. Daarom gaan we met klanten graag het gesprek aan over hun duurzame ambities."

NOG NEGEN JAAR

In 2014 werd voor 1 miljard euro SDE-subsidie aangevraagd voor zonnepaneel-projecten; dit jaar is dat maar liefst 4 miljard euro. "Een gigantisch bedrag, al is vooralsnog onzeker welk deel ervan ook echt gerealiseerd wordt," zegt Robin Berg. "Toch zijn zulke grote stappen keihard nodig als Nederland de Europese doelstelling wil halen. En vol-

gens de recente berichten rond de Klimaatop in Bonn zijn die afspraken niet voldoende: al over negen jaar zouden landen geen CO2 meer mogen uitstoten. Voor deze opgave is het cruciaal dat een groot deel van alle duurzame projecten privaat gefinancierd wordt. Daarom is dit samenspel tussen Energiefonds en Rabobank een belangrijk signaal." Het zorgt er ook voor dat het fonds haar impact verder kan uitbreiden. Ellenbroek: "We zijn revolverend; terugvloeiende middelen worden opnieuw ingezet. Naarmate de markt investeringen in duurzaamheid overneemt, kunnen wij ons meer richten op stimulering van innovatieve projecten zoals dat van Robin bij de Jaarbeurs (zie kader, red.)."

VOORTREKKERSROL

Naast uitdagingen biedt verduurzaming vooral kansen voor stad en regio. Daarover zijn de gesprekspartners het voluit eens. "Utrecht vervult een voortrekkersrol," stelt Ellenbroek. "Belangrijke randvoorwaarde is het bestuurlijke lef om ambitieuze doelen vast te stellen, ook al staat de weg ernaartoe nog niet vast. Daar spreekt vertrouwen uit in de inzet en creativiteit van andere stakeholders." Volgens Berg onderscheidt Utrecht zich door een totaalvisie. "In de plannen voor nieuwe wijken als het Beurskwartier en de Kanaalzone worden mobiliteit, leefbaarheid, energiegebruik en wonen geïntegreerd. En Nederlands grootste vastgoedbelegger in woningen Syntrus Achmea voorziet al haar toekomstige Utrechtse woningprojecten van een duurzaam energieconcept met elektrische deelauto's. Hierdoor kan de gemeente ook andere marktpartijen triggeren en ontstaat een sneeuwbal-effect." Met haar integrale aanpak trekt de stad niet alleen landelijk maar ook internationaal de aandacht. "Utrecht toont hoe de energieneutrale toekomst er in de praktijk uitziet. Toonaangevende bedrijven als Renault en General Electric onderkennen dat en investeren in onze projecten. Het benadrukt de potentie van Utrecht als proeftuin van de duurzame stad. Hiermee hebben we goud in handen." Groen goud, in dit geval.

DUURZAAM UTRECHTS ICOON

Robin Berg ontving al een groot aantal awards voor zijn duurzame pionierswerk. Dat kenmerkt zich door innovaties met vaak wereldwijde potentie. Zoals de slimme vehicle to grid-laadpaal in combinatie met zonnepanelen. Hiermee wordt duurzaam opgewekte energie tijdelijk opgeslagen in elektrische auto's. Is stroom nodig dan wordt deze via de laadpalen teruggeleverd. De proef in de Utrechtse wijk Lombok wordt uitgebreid met vier aanvullende testprojecten, onder meer op het Utrecht Science Park en bij het nieuwe kantoor van Triodos Bank in Driebergen.

Met We Drive Solar kunnen bewoners en bedrijven op steeds meer locaties in de regio elektrische auto's delen. En bij Jaarbeurs werkt Berg aan een technologische noviteit. "In het kader van de vernieuwing van haar gebied wil Jaarbeurs de komende jaren 25.000 m² zonnepanelen aanleggen. Ook komen er grote aantallen laadpalen. Om ervaring op te doen met pieken en dalen van stroomvraag en -aanbod bouwen we een testopstelling. Hierbij wordt het samenspel van zonnepanelen en elektrische auto's geoptimaliseerd met een Tesla Powerpack, een enorme batterij die als energiebuffer dient." Opnieuw een voorbeeld van een oplossing die in de toekomst een rendabele businesscase oplevert maar via reguliere kanalen nu nog niet financierbaar is. "Daarom zijn we blij dat het Energiefonds deze innovatie mede mogelijk maakt."

nice to meet!

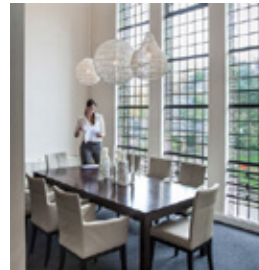
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

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



Woudschoten
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergsesweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.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

 **BalMedia**



DESKUNDIG, BETROUWBAAR EN ONAFHANKELIJK INZICHT EN ADVIES

Vanuit een sterk geloof in écht onafhankelijk financieel advies heeft Fons de Bilde als ervaren financieel planner in 2005 Inzicht en Advies opgericht. De naam zegt het al; hij geeft cliënten inzicht in hun financiële situatie en adviseert wat daarin beter of eenvoudiger kan. Deskundig en betrouwbaar!

Na werkzaam te zijn geweest bij de ING groep en Achmea Staalbankiers - vanaf 1989 als achtereenvolgens levensverzekeringsinspecteur, pensioenadviseur, private banker en kantoor-directeur - constateert Fons de Bilde dat goede advisering en verkoop niet samengaan. Na de opleiding voor gecertificeerd financieel planner (FFP) en de masteropleiding voor financial planning (MFP) succesvol af te ronden komt hij er achter dat de financiële wereld vooral advies geeft waar zij zelf beter van wordt. Eind 2005 richt hij daarom Inzicht en Advies op en dat is sindsdien ook precies wat hij doet. Onafhankelijk, integer en op hoog niveau adviseren van zowel particulieren als ondernemers op het gebied van inkomen nu en later, eerder stoppen met werken, hypotheek, sparen en beleggen, inkomen na overlijden en arbeidsongeschiktheid, levensverzekeringen, ontslag en arbeidsvoorwaarden, erven en schenken, samenwonen, huwelijk en echtscheiding. Momenteel volgt hij een opleiding voor levensexecuteur. "Wij verkopen onze kennis en ervaring en geen financiële producten", licht De Bilde zijn rol toe. "Daarbij houd ik ook

rekening met alle wensen van mijn cliënt en een eventuele partner. Natuurlijk gaat het over kansen en risico's op financieel gebied, maar ook over dromen en passies."

BESTE VAN NEDERLAND

De Bilde is lid van de Vereniging voor Financieel Planners (VFFP) en de Vereniging Onafhankelijk Financieel Planners (VOFP), waarvan hij tevens voorzitter is. Daarmee kan hij naast onafhankelijkheid ook continuïteit in de aanwezige kennis binnen zijn bedrijf garanderen. De Consumentenbond, het Nibud en de Vereniging Eigen Huis verwijzen naar de leden van deze vereniging. Regelmatig is De Bilde op televisie te zien bij programma's als Radar, NOS journaal, RTL4 nieuws, RTLZ om daar als deskundige zijn mening te geven over actuele veranderingen binnen de financiële wereld. In 2017 is hij genomineerd als finalist voor Financieel Planner van het jaar. Eerder, in 2013, werd hij door vakgenoten uitgeroepen tot een van Nederlands beste en meest toonaangevende financieel adviseurs. De Bilde: "Door

cliënten inzicht te verschaffen in hun financiële situatie, waarbij de nadruk ligt op die onafhankelijkheid én op het geven van begrijpelijke adviezen, wordt het voor hen makkelijker om de juiste keuzes te maken. Vertrouwen win je uiteindelijk door waar te maken wat je belooft en daarbij het belang van je cliënt centraal te stellen!"

POSITIEVE WERELD

Werkzaam vanuit Utrecht voelt De Bilde zich sterk betrokken bij de ontwikkelingen in zijn stad. Mede daarom is hij met Inzicht en Advies sinds 2015 tevens partner van De Slinger Utrecht. "Voornamelijk omdat ik me herken in de andere partners; allemaal sociale gedreven ondernemers die zich inzetten voor een betere en positieve wereld. Daarin voel ik me sterk verbonden en laat ik me graag inspireren", licht De Bilde zijn partnerschap toe.

Inzicht en Advies
Prof. Abersonlaan 6 Utrecht
T 06-46332426
www.inzichtenadvies.nl

Sinds juni 2017 versterkt advocaat Jaleesa van den Hof de sectie arbeids- en pensioenrecht. Zij brengt een bijzondere expertise in: internationaal arbeidsrecht met als speerpunt grensoverschrijdende arbeidsmobiliteit. Tijdens haar studie combineerde Jaleesa arbeidsrecht met European Employment Law. Haar afstudeerscriptie (beoordeeld met een 9) verscheen als boek 'Grensoverschrijdende detachering: Werknemersbescherming in het Unierecht' (uitgeverij Celsius). Dirkzwager publiceert nu een eBook met een korte samenvatting van haar boek en een praktische handreiking voor werkgevers.

Voor lezers eenvoudig te downloaden via www.dirkzwagerbibliotheek.nl/mediatheek/

22

ARBEIDSVOORWAARDEN VOOR WERKNEMERS UIT EUROPA **"GOED NADENKEN OVER DE JUISTE SAMENWERKINGSVORM"**

Zorginstellingen, transportbedrijven, universiteiten; vanwege een tekort aan personeel halen steeds meer werkgevers nieuwe werknemers uit Europa. Dan is het als werkgever verstandig om goed uit te zoeken welke spelregels er gelden. En, neem je iemand rechtstreeks in dienst of doe je dat in een detachingsverband?

"Gezien alle mogelijke veranderingen zou ik werkgevers minder vaak adviseren om bij detachering voor een uitzendconstructie te kiezen. Eerder voor een andere detachingsvorm zoals contracting of intra-concernuitlening," zegt Jaleesa van den Hof, advocaat arbeids- en pensioenrecht bij Dirkzwager advocaten & notarissen.

Voor haar afstuderen verdiepte Jaleesa van den Hof zich in de detachering van Europese werknemers naar Nederland. "Dit is een thema dat mensen in hun omgeving of in de media tegenkomen: het tekort aan mensen in de zorg waardoor instellingen in Europa gaan werven. Vrachtwagenchauffeurs die vinden dat 'Oost-Europese collega's hun werk inpikken'. Werkzoekenden die oneerlijke concurrentie ondervinden van mensen uit landen als Bulgarije of Roemenië, omdat deze tegen een lager uurloon werken. Of denk aan de wegwerkzaamheden aan de A2 die uitbesteed zijn aan een Europese opdrachtnemer wiens werknemers bekend werden als de 'Slaven van de A2'. En ook bij de Brexit speelde dit thema: de deur moest dicht voor buitenlandse werknemers. Kortom, een heel interessant en actueel onderwerp. Vaak wordt gedacht dat je buitenlandse werknemers tegen buitenlandse - fors lagere - arbeidsvoorwaarden kunt belonen. Terwijl dat vaak niet mag, zeker niet als de herziening van de Detacheringsrichtlijn doorgaat."

GOEDKOPE KRACHT

De Detacheringsrichtlijn geeft aan wat de minimale arbeidsvoorwaarden en -omstandigheden zijn die een werkgever aan een grensoverschrijdend gedetacheerde werknemer moet aanbieden. De insteek van de wetenschappelijke publicatie van Jaleesa van den Hof is het door de Europese Commissie ingediende voorstel ter herziening van deze Detacheringsrichtlijn. Dat voorstel gaat uit van het principe: gelijke arbeidsvoorwaarden, voor gelijk werk op dezelfde locatie. Jaleesa: "Veel lagelonenlanden zijn tegen, want dit zal de concurrentiepositie van hun werkgevers verslechteren. Vooral de hogelonenlanden zoals Nederland, Duitsland en Frankrijk ondersteunen de regeling. Enerzijds ter bescherming van buitenlandse werknemers - denk aan de veel te lage bedragen waarvoor Europese werknemers hier soms werken. Anderzijds ter bescherming van de Nederlandse burger. Als de Europese werknemer het minimumloon krijgt en iemand uit Nederland zeg maar 15 euro per uur, dan kiezen werkgevers eerder voor die goedkope kracht. Oneerlijke concurrentie dus. De Raad van Ministers van de Europese Unie heeft op 23 oktober 2017 - ondanks dat Polen, Hongarije, Letland en Litouwen niet hebben ingestemd met de afspraken en Ierland, Groot-Brittannië en Kroatië zich onthouden hebben van stemming - een akkoord bereikt. Nu kunnen de onderhandelingen beginnen met het Europees Parlement." Voor haar scriptie onderzocht Jaleesa of met de voorgestelde wijzigingen de gewenste gelijkheid voor werknemers wel wordt bereikt. Haar conclusie: "De voorgestelde herziening zal

de doelstelling van gelijke arbeidsvoorwaarde voor gelijk werk op dezelfde locatie meestal niet bereiken. Maar de positie van deze grensoverschrijdend gedetacheerde werknemers wordt wel deels verbeterd. Voor werkgevers zullen deze veranderingen dan ook zeker ingrijpend zijn: het kan flink duurder worden."

DRIE ONDERDELEN

Wat houden die voorgestelde veranderingen in? "Het gaat om drie onderdelen," begint Jaleesa van den Hof. "Ten eerste de bezoldiging van gedetacheerde werknemers. De term minimumloon verandert in bezoldiging. Hieronder kunnen ook aanvullende toeslagen voor vuil of gevaarlijk werk vallen of een 13e maand en andere bonusen. Het pensioen valt daarbuiten. Met deze wijziging zal ook de harde kern aan arbeidsvoorwaarden uit een algemeen verbindend verklaarde cao van toepassing worden. Deze verandering betekent dus een ruimere toepassing van de Nederlandse arbeidsvoorwaarden." De tweede verandering betreft artikel 5 van de Uitzendrichtlijn: "Uitzendkrachten uit het buitenland moeten - net als Nederlandse uitzendkrachten - dezelfde arbeidsvoorwaarden krijgen als iemand in dezelfde functie in dienst bij de onderneming. Naast een detachering met uitzendkrachten heb je nog de detacheringmogelijkheden van intra-concernuitlening of contracting, - bijvoorbeeld een Bulgaars bedrijf dat hier met eigen werknemers een opdracht komt uitvoeren. Van die drie groepen zouden alleen de uitzendkrachten deze rechten krijgen. Daarom kan het voor de werkgever lonen om voor een andere detacheringvorm te kiezen." Tot slot de derde wijziging: "Als iemand langer dan 12 maanden (met een mogelijkheid tot verlenging van 6 maanden) in Nederland werkt, kan hij aanspraak maken op het gehele Nederlandse wettelijke arbeidsrecht. Werkgevers die dat niet willen, moeten dus in de gaten houden dat de detacheringperiode minder dan 12 maanden is. Werknemers hebben niet zo veel aan deze wijziging, want in de praktijk worden mensen zelden langer dan zes of zeven maanden gedetacheerd."

ANDERE WEGEN

Dat de Raad van Ministers een akkoord over het voorstel heeft bereikt betekent niet dat werkgevers ook direct de betere arbeidsvoorwaarden uit het voorstel moeten toepassen, vertelt Jaleesa: "Zowel de Raad van Ministers als het Europees Parlement moet instemmen met het voorstel. In het Europees Parlement lijkt een meerderheid voor het voorstel te zijn, het streven is om vóór de verkiezingen van 2019 een akkoord te sluiten. Maar toch kan het voorstel nog voor politieke problemen zorgen. Niet alle lidstaten hebben

immers ingestemd met het akkoord van de Raad van Ministers en de laatste keer dat niet alle lidstaten hebben ingestemd met een voorstel - het herverdelen van vluchtelingen - werd dit uitgevochten tot het Hof van Justitie EU." Toch kunnen werkgevers er volgens de advocaat beter nu al op bedacht zijn dat er vroeg of laat wijzigingen gaan komen. Dat betreft met name de uitzendkracht uit Europa. "De hoge lonenlanden zijn erg gebrand op die gelijke arbeidsvoorwaarden. Gaat dit voorstel alsnog niet door, dan zullen ze wellicht naar andere wegen zoeken om hun doel alsnog te bereiken. Dat kan zelfs binnen de huidige Detacheringsrichtlijn. Die biedt lidstaten de mogelijkheid om artikel 5 Uitzendrichtlijn op eigen initiatief toe te passen. Dus de kans bestaat dat Nederland via die mogelijkheid gelijke arbeidsvoorwaarden voor grensoverschrijdende uitzendkrachten probeert te regelen. Dat gaat sneller en simpeler." Daarnaast wijst de advocaat op de jurisprudentie, ook weer met betrekking tot uitzendkrachten: "Er is een oordeel van het Hof van Justitie EU dat grensoverschrijdende uitzendkrachten niet alleen arbeid verrichten op grond van het vrij verkeer van diensten - de Detacheringsrichtlijn - maar ook op grond van het vrij verkeer van werknemers. Als het vrij verkeer van werknemers van toepassing zou zijn op deze uitzendkrachten, dan is het volledige Nederlandse wettelijke arbeidsrecht nu al van toepassing. Europese werknemers trekken echter niet snel aan de bel; ze zijn in de regel allang blij met wat ze hier verdienen. Maar mocht er een wakkere uitzendkracht opstaan die hiermee naar de rechter stapt, dan zou dat best wel eens vergaande gevolgen voor de werkgevers kunnen hebben."

Wel of geen herziening van de Detacheringsrichtlijn, de Nederlandse werkgever kan maar beter rekening houden met de huidige spelregels en inspelen op veranderingen. Volgens Jaleesa zijn er nogal wat zaken waarmee een werkgever dan rekening dient te houden: "Het is een warboel van regeltjes. Ook de Rome-I verordening loopt er nog doorheen. Het is altijd verstandig om in geval van grensoverschrijdende detachering professioneel advies in te winnen. Waar moet je allemaal op letten als je met een internationale werknemer een dienstverband aangaat? En vooral: wat is de meest gunstige detacheringconstructie, waarbij je als werkgever de minste risico's loopt? En, dat kan ik alvast wel zeggen, dan kun je meestal beter niet voor de uitzendconstructie kiezen."

Meer gedetailleerde informatie vindt u in het eBook 'Grensoverschrijdende detachering' (zie kader).

Corporates zien de meerwaarde van de denkwijze en energie die veel startende bedrijven kenmerkt

NAAST TOPSECTOREN TOPTHEMA'S NODIG VOOR MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

BUITEN DE GEBAANDE PADEN

In de Nederlandse Apple-wereld is het Utrechtse Amac een prominente speler. De Premium reseller met 23 winkels maakte een aantal spannende jaren door. Na het overleven volgde herstel, nu is alles gericht op groei met een ambitieuzemnichannel-strategie. Sinds kort is Rabobank Utrecht de financiële partner van Amac.

"Zij focussen niet alleen op risico's maar zien vooral kansen, net als wij."

Via verschillende instrumenten – onderzoeksgeld, subsidies, belastingfaciliteiten – gaat jaarlijks zo'n 1,2 miljard euro naar de topsectorenaanpak. Bij de start zijn geen concrete doelstellingen geformuleerd. Ook een nulmeting ontbrak. Al neemt Nederland plaats vier in op de door het World Economic Forum opgestelde ranglijst van concurrerende economieën, in hoeverre dat mede een gevolg is van het topsectorenbeleid is lastig hard te maken. Datzelfde geldt voor de stijging van R&D-uitgaven; die kan heel goed samenhangen met de recente economische groei.

IN DE LA

Voormalig minister Henk Kamp van Economische Zaken liet Dialogic een evaluatie uitvoeren van de topsectorenaanpak. De resultaten bleven enige tijd in de la liggen, reden om aan te nemen dat EZ niet echt blij was met de uitkomsten. Het eind juli gepresenteerde rapport omschrijft de topsectorenaanpak wel degelijk als een waardevol instrument om samenwerking tussen bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheden – de triple helix – te intensiveren. De nadruk ligt daarbij echter op het creëren van massa, waardoor openheid en vooral grensverleggende vernieuwing soms in het geding komen. Harde collectieve prikkels ontbreken; vaak is onduidelijk wie waarvoor verantwoordelijk is. Het topsectorenbeleid wordt vooral gezien als een EZ-aanpak om het verdienvermogen van Nederland te vergroten. Minder als gezamenlijke inspanning van meerdere ministeries voor het op innovatieve wijze behartigen van publieke belangen – ofwel, vernieuwende oplossingen vinden voor maatschappelijke uitdagingen.

AAN DE RAND

Deze conclusies sluiten aan bij de kritiek dat veel topsectorprojecten vooral de bestaande belangen van grote bedrijven centraal stellen. Voor de innovatiekracht van startups en het mkb is amper ruimte, terwijl juist die cruciaal is voor vernieuwing. Ondanks de aanwezige kennis en budgetten is het grootbedrijf niet de meest natuurlijke habitat voor echte innovatie. Startups zijn dat wel. "Hun vertrekpunt is veelal digitaal en ze beginnen met een schoon vel papier. Bestaande bedrijven kennen vaste structuren en eerdere investeringen bemoeilijken innovatie," aldus Tom Bouws in een voorgaande uitgave van Business. Bouws is accountmanager Smart Industry en Kennisinstellingen bij de Kamer van Koophandel en lid van het programmbureau Smart Industry.

Ook het mkb is wendbaarder dan grootbedrijven. Daarom doen corporates er volgens

Bouws goed aan, experimenten te starten aan de rand van de organisatie en de vindingrijkheid van het mkb erbij te betrekken. "Zo krijgen dergelijke ontwikkelingen de ruimte. Maar pas op: haal ze bij succes niet te snel naar het hart van je bedrijf. De kans dat ze alsnog sneuvelen, is levensgroot."

VRUCHTBARE OMGEVING

Precies om die reden bood UtrechtInc – een succesvolle academische business incubator – onderdak aan een spin-out van een groot concern. "Een innovatief idee dat daar waarschijnlijk onder zou sneeuwen, vond hier een vruchtbare omgeving," aldus directeur Jorg Kop. Dat startups in het middelpunt van de belangstelling staan, begrijpt hij goed. "Bedenk dat een derde van de vijfhonderd grootste bedrijven ter wereld tien jaar geleden nog niet bestond." Corporates zien de meerwaarde van de denkwijze en energie die veel startende bedrijven kenmerkt. Verbinding tussen beide partijen krijgt bij UtrechtInc op meerdere manieren gestalte. Managers van een financiële instelling lopen stage bij de startups van UtrechtInc. En de incubator werkt samen met grote organisaties als NS, Bovag, ANWB en Fujitsu. Kop: "Voor dit laatste bedrijf faciliteerden wij de verbinding tussen startups en hun grote klanten."

"HAAL EXPERIMENTEN BIJ SUCCES NIET TE SNEL NAAR HET HART VAN JE BEDRIJF."

KLEIN HELPT GROOT

Grootbedrijven halen niet alleen de banden met startups aan. Ook samenwerking met snelle groeiers kan beide partijen verder helpen. Om deze kruisbestuiving te stimuleren, sloegen MKB-Nederland en Port4Growth vorig jaar de handen ineen. Met het programma "Klein helpt groot" zorgen zij voor uitwisseling van kennis, ervaring en inspiratie tussen groeibedrijven en corporates als ING, PostNL en Pink Elephant. "Nu de crisis achter ons ligt, is er een enorme economische dynamiek," aldus Leendert-Jan Visser, directeur van MKB-Nederland eind vorig jaar in Business. "Innovaties leiden in hoog tempo tot alternatieve businessmodellen. Om de vinger aan de pols te houden van nieuwe ontwikkelingen en technieken zoeken grote ondernemingen steeds vaker naar verbinding met jonge, innovatieve bedrijven. Die kunnen op hun beurt leren van de ervaring en hoge mate van professionaliteit bij grote corporates." In het

Klein helpt groot-programma zijn beide typen bedrijven gelijkwaardig. Joop de Jong, oprichter van Port4Growth: "Er is tweerichtingsverkeer op basis van gelijkheid, met erkenning van de specifieke vaardigheden en mindset van snelle groeiers. Dit bepaalt voor een belangrijk deel de kracht van het programma."

DREAMTEAMS EN TOPTHEMA'S

Door samenwerking tussen grootbedrijf enerzijds en startups en mkb anderzijds, ontstaat het beste van twee werelden: kennis, financiële slagkracht en professionaliteit van corporates, de wendbaarheid en dynamiek van jonge bedrijven plus het mkb. Voeg daar door wetenschap ontwikkelde nieuwe kennis aan toe als brandstof en voilà: een ideale mix die voor de zo gewenste baanbrekende vernieuwing kan zorgen. Hoe kan de innovatiekracht van dergelijke dreamteams het beste richting krijgen? De Adviesraad voor wetenschap, technologie en innovatie (AWTI) bracht begin september een rapport uit over de topsectorenaanpak. Conclusie: voortzetting is wenselijk als het gaat om het bevorderen van onze concurrentiekracht. Om te komen tot innovatieve oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen pleit de AWTI echter voor aanvullende publiek-private samenwerkingsverbanden rond een gezamenlijke opgave: een tophema. Denk daarbij aan veranderingen in de zorg, energietransitie en duurzame mobiliteit. Door te focussen op dergelijke thema's ontstaat ruimte buiten de gebaande paden en bestaande samenwerkingsverbanden.

ONMISBARE OVERHEID?

Als het gaat om versterking van concurrentiekracht zijn volgens de AWTI bedrijfsleven en kennisinstellingen leidend. Anders is dat bij de ontwikkeling van innovatieve oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen via tophema's. Daarvoor is veel afstemming nodig. Dit maakt de overheid onmisbaar bij de ontwikkeling van een systeemaanpak, als verbinder en coördinator, aldus de AWTI. Volgens Eric Bartelsman moet daarbij wel voldoende ruimte blijven voor oplossingen vanuit de markt. De hoogleraar Economie aan de VU waarschuwt in het FD van 17 oktober 2017 voor teveel overheidsbemoediging. "Een ambtenaar uit Den Haag moet niet gaan beslissen welke technologie het beste is om bijvoorbeeld huizen energiezuiniger te maken. Want dan sluit je andere technologieën uit en ben je vatbaar voor de lobby van bedrijven uit topsectoren. Een startup komt er dan niet meer tussen."



CONTROLE VAN INTERNETGEBRUIK WERKNEMERS

Op 5 september van dit jaar heeft het Europese Hof voor de Rechten van de Mens (EHRM) een uitspraak gedaan over het controleren van internetgebruik op de werkvloer ¹. De zaak speelde zich af in Roemenië, maar is ook van belang voor de Nederlandse praktijk omdat het Europese regelgeving betreft.

MR. ANNE HAVERKORT - VAN BENTHEM & KEULEN ADVOCATEN & NOTARIAAT - E-MAIL: ANNEHAVERKORT@VBK.NL - TELEFOON: +31 30 259 5528

Volgens het bedrijfsreglement was het verboden om tijdens werktijd internet te gebruiken voor privédoeleinden. Op het werk mocht de werknemer kortom slechts bezig zijn met werk. De werkgever kwam er achter dat de werknemer zich niet aan de regels hield. Hij bleek onder werktijd te chatten met zijn broer en verloofde over (onder andere) 'intieme' onderwerpen. De werkgever heeft dit in de gaten gehouden, gelezen en vervolgens de werknemer ontslagen.

Het EHRM concludeerde dat de handelswijze van de werkgever in strijd was met het recht op privacy omdat de werkgever niet vooraf kenbaar had gemaakt dat hij het internetgebruik van de werknemers controleerde en dat hij toegang had tot alle berichten. Er waren wel reglementen, maar deze waren niet specifiek genoeg en ook was niet duidelijk welke gevolgen aan een overtreding waren verbonden. Daarnaast was het niet duidelijk waarom de werkgever zo streng controleerde. Er was met andere woorden geen legitiem doel voor de strenge regels. Bovendien had de werk-

gever direct de zwaarste sanctie gehanteerd, namelijk ontslag.

Een werkgever kan dus niet zomaar consequenties verbinden aan overmatig internetgebruik door werknemers. Er mogen wel grenzen worden gesteld aan het privégebruik van internet en telefoon, maar dit moet duidelijk worden vastgelegd in bedrijfsreglementen. Het moet werknemers daarbij altijd helder voor ogen staan dat ze gecontroleerd worden en hoe ver deze controle precies gaat (privéberichten mogen bijvoorbeeld niet door de werkgever worden gelezen). Daarbij mag ook geen twijfel bestaan over de gevolgen van het overtreden van deze regels.

Op 15 september 2017 heeft de Rechtbank Amsterdam een vergelijkbare casus behandeld ². Een werknemer was op staande voet ontslagen omdat ze stelselmatig onder werktijd zat te bellen en op internet zat. De rechter heeft het ontslag op staande voet in stand gelaten zonder toekenning van een transitievergoeding, omdat de werkgever

vooraf duidelijke richtlijnen had opgesteld. Hierdoor was het de werknemer duidelijk wat er van haar verwacht werd. Daarnaast was de werknemer meerdere keren (schriftelijk) gewaarschuwd. Deze uitspraak is in lijn met de uitspraak van het EHRM. Het is mogelijk werknemers - tot op zekere hoogte - te controleren en gevolgen te verbinden aan overmatig internetgebruik, mits dit vooraf duidelijk en gedetailleerd is vastgelegd en de werknemer hiervan op de hoogte is gesteld. Daarbij geldt voor ondernemingen met een Ondernemingsraad dat een regeling omtrent het verwerken van persoonsgegevens en/of een regeling gericht op controle van werknemers instemmingsplichtig is. Ook met een vooraf vastgesteld beleid, zal de werkgever de werknemer eerst moeten waarschuwen voordat uiteindelijk tot ontslag kan worden overgegaan.

¹ EHRM 5 september 2017, Bărbulescu v. Romania.

² Rb. Amsterdam 15 september 2017, ECLI:NL:RBAMS:2017:6700.

Lean&Duurzaam



vandenpol.com



personeelsdiensten
allround arbeidsspecialist

HRM advies
werving en selectie
detachering
uitzendwerk
payrollservice

Uw partner in flexibele
personeelsoplossingen

www.aene.nl



HOTEL RESTAURANT OUD LONDON PROEF DE SFEER!

Jean de Sain, soldaat uit het leger van Napoleon vestigde zich ruim 200 jaar geleden aan de Woudenbergseweg in Zeist en stichtte een uitspanning en café. Deze herberg uit 1804, het huidige Brasserie Restaurant 't Voorhuys, werd in 1947 overgenomen door de familie Bakker. Over een periode van bijna 70 jaar is de locatie verbouwd en uitgebreid tot één van de meest gerenommeerde horecabedrijven van de provincie Utrecht. Centraal gelegen op de Utrechtse Heuvelrug waar gastvrijheid, vakmanschap en traditie elkaar ontmoeten. Het viersterrenhotel telt naast een flink uitgebreid aantal comfortabele kamers: een zwembad, een Wellness, een Private Dining room voor gezelschappen tot 100 gasten, 22 vergader- en feestzalen, een Brasserie Restaurant en een parkeerterrein voor ca. 400 auto's.

ELK SEIZOEN GENIETEN

Met diverse wandel- en fietsroutes door de prachtige bossen en over de kleurrijke heidevelden in de nabije omgeving is Oud London bij uitstek geschikt als culinair start- of eindpunt. In Brasserie Restaurant 't Voorhuys staan de seizoenen centraal. Dit zal u terugvinden in de wisselende menukaart, maar ook in de keuze van ingrediënten. Rond deze periode kunt u genieten van de mooiste wild-, najaar en winterse gerechten. Uiteraard

bent u bij Hotel Restaurant Oud London ook welkom voor een goede start van de dag met een lekker ontbijtje, een verfijnde lunch of een kop koffie met de befaamde Skitaart.

OOK ZAKELIJK GENIETEN

Hotel Restaurant Oud London in Zeist is een vergader- en congreslocatie pur sang. Centraal in Midden-Nederland op slechts vijftien kilometer van Utrecht gelegen in de bossen van Zeist. De plek, de faciliteiten, de omgeving, de sfeer, de service; alles is erop gericht om uw bijeenkomst tot een succes te maken. Zij bieden een grote verscheidenheid aan plenaire vergaderruimtes en subruimtes. Ideaal voor (meerdaagse) conferenties, congressen, vergaderingen, presentaties, dealerbijeenkomsten en trainingen. Er zijn vele mogelijkheden en het professionele salesteam komt graag aan uw specifieke wensen tegemoet. Geen zaal nodig? Ook voor een flexplek met business faciliteiten kunt u bij Oud London terecht.

Of u Oud London nu bezoekt met uw zakelijke partners, familieleden of vrienden, de vakkundige medewerkers zorgen ervoor dat het u aan niets ontbreekt. Het is hun passie om u een aangenaam verblijf te bezorgen. U bent van harte welkom in Hotel Restaurant Oud London.

www.oudlondon.nl

GEMEENTERAADSVERKIEZINGEN 21 MAART 2018

STERK BEDRIJFSLEVEN VOOR EEN VITALE GEMEENTE

Met het oog op de gemeenteraadsverkiezingen op 21 maart 2018 hebben MKB-Midden en VNO-NCW provincie Utrecht een manifest opgesteld over de voor het lokale bedrijfsleven belangrijkste onderwerpen. Het manifest is aan de politieke partijen in de gemeenten aangeboden. VNO-NCW provincie Utrecht en MKB-Midden willen daarmee bereiken dat de politieke partijen in de regio Utrecht deze punten betrekken bij hun voorbereidingen op de komende gemeenteraadsverkiezingen. Daarnaast kunnen deze punten ter inspiratie dienen bij het opstellen en completeren van de verkiezingsprogramma's.

Bedrijven scheppen banen, zorgen voor een levendige stad en centrum en dragen bij aan lokale initiatieven. Ondernemers hebben een gemeente nodig met een sterke economische agenda om groei te stimuleren en onnodige belemmeringen weg te nemen of te voorkomen.

MKB-Midden en VNO-NCW provincie Utrecht roepen de gemeenten op een onderscheidende economische agenda voor de regio op te stellen, met daarbinnen bruisende binnensteden en vitale kernen. Er is noodzaak om economisch beleid af te stemmen met andere gemeenten, maar tegelijkertijd te streven naar onderscheidend vermogen.

- **Blijf investeren in het MKB**

Het midden- en klein bedrijf is de 'motor' van de (lokale) economie.

- **Zorg voor een aantrekkelijk vestigingsklimaat**

Wat is er mooier dan te werken in de stad of gemeente waar je woont? Of je eerste baan/onderneming te starten in de gemeente waar je hebt gestudeerd? Een stad of gemeente dient dan ook aantrekkelijk te zijn om te werken en te wonen.

- **Zorg voor een duurzame en bereikbare gemeente**

Een aantrekkelijke gemeente om in te wonen, te werken en te bewegen is ook een schone en groene gemeente. Een gemeente met een gezond leefklimaat, met een goede luchtkwaliteit en een goede bereikbaarheid. We willen graag meewerken aan de ambitie van een klimaatneutrale gemeente/stad. Op het gebied van mobiliteit zien we kansen. Het stimuleren van fietsen en lopen levert een bijdrage aan een duurzame gemeente. En het draagt bij aan het bereikbaar houden van de gemeente. Zo creëren we ook weer ruimte voor de auto.

- **Maak werk van werk**

Een adequaat aanbod van geschoolde werknemers met competenties die goed aansluiten op de regionale economische activiteiten is noodzakelijk. Continue bijscholing blijft dan ook noodzakelijk door de zeer snelle (markt) wijzigingen die het bedrijfsleven raken. De aansluiting tussen bedrijfsleven, onderwijs en arbeidsmarkt moet worden versterkt. Dit geldt voor zowel de hoger opgeleiden als de lager geschoolden.

- **Zet rem op lokale lasten**

Beperk de lokale lasten voor het bedrijfsleven. Voorkom stapeling van lasten en wentel de OZB-derving door leegstand niet af op eigenaren/gebruikers. Een gematigde lokale lastendruk is van groot belang voor de aantrekkingskracht van de gemeente/regio.



TOPLOCATIES IN UTRECHT




★ ★ ★ ★

Oud London

MEETING & EVENTS

Hotel Restaurant Oud London gelegen aan de rand van Zeist en midden op de Utrechtse Heuvelrug is een uitnodigende en gastvrije plek om elkaar te ontmoeten en professioneel zaken doen.

Als organisator van een bijeenkomst in welke vorm dan ook, bent u gericht op het uiteindelijke resultaat. U heeft een doel voor ogen en u zoekt faciliteiten die kunnen helpen om dat doel te halen en mooier nog, die de verwachtingen van de bijeenkomst zullen overtreffen (de WOW factor!).

U zoekt dus een locatie, of beter, een partner die snapt wat u bedoelt en u helpt om de bijeenkomst te organiseren. Hoe meer input van uw kant, hoe beter wij in staat zijn u te adviseren en te faciliteren. Oud London kijkt graag met u naar uw doelstellingen en helpt u een succesvol return on "eventment" te halen.

U investeert immers in uw medewerkers, relaties en/of klanten en het resultaat moet zichtbaar worden. Leg uw vraag bij ons neer en wij vinden samen de beste oplossing.

Hotel Restaurant Oud London, Woudenbergseweg 52, 3707 HX Zeist
 t (0343) 49 12 45 | www.oudlondon.nl e sales@oudlondon.nl

Muntgebouw Utrecht

Een uniek monument en letterlijk een locatie van *waarde*

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MUNTGEBOUW-UTRECHT.NL



100% VERGADEREN

.....

100% VINEYARD

VERGADERLOCATIE MET RESTAURANT

VINEYARD FOOD & DRINKS
 Atoomweg 63, Utrecht
 t. 030-3035577
 w. www.vineyardfoodanddrinks.nl
 e. info@vineyardfoodanddrinks.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



www.woudschoten.nl

nice to meet

Woudschoten
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM



**Mariënhof
Amersfoort**

Een onbeschrijfelijk
stadsklooster met
hart en ziel

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MARIENHOF.NL



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

Download onze App
iOS + Android

www.kontaktdercontinenten.nl - Soesterberg



**De Markies
Restaurant**



Zakelijk
& Privé
van 2 tot 300
personen

Koffie - Borrel • Lunch - Diner • Vergadering - Presentatie
Receptie • Feestavond • Huwelijk • Condoleance • Partycatering



Valk Boumanlaan 61 • 3446 GG - Woerden • 0348-431399

www.restaurantdemarkies.nl



RESTAURANT
T'WAPEN VAN HAARZUYLEN




Lunch | Buffet | Diner | Vergadering
High- Tea | Barbecue | Feest | Receptie

Brink 2 | 3455 SE Haarzuilens | Tel: 030-6771998
www.wapenvanhaarzuylens.nl

1 jaar gratis huren*

Voor meer informatie en/of een vrijblijvende bezichtiging
bel 0346 – 56 37 44 of mail info@wintertrust.com



Bisonspoor 3000 - 7000, Maarssen, Utrecht

bisonoffices.nl

*MET EEN MINIMALE HUURPERIODE VAN 5 JAAR

Hier uw Pentoffice?



Energie label B



1000 gratis
parkeerplaatsen



Direct aan
NS-station



Vijf minuten
vanaf de A2



Vergaderruimtes



45 min naar
Amsterdam
20 min naar Utrecht

TURN-KEY BUSINESS SUITES

VANAF 60 M²
€160,- PER M² (P.J.)*

*EXCL. SERVICEKOSTEN

OFFICE SPACES

VAN 2.000 M² TOT 4.000 M²
€125,- PER M² (P.J.)*

*EXCL. SERVICEKOSTEN

“No-nonsense, transparant en innovatief.
Het is een inspirerende omgeving door
de levendigheid van het winkelcentrum
en uitzicht over Utrecht”

Erwin Teurlings, Prox6





BHG VEELZIJDIG IN MIDDEN-NEDERLAND VERTEGENWOORDIGD MET DIVERSITEIT IN HORECA

UNIEKE LOCATIES, FIJNE MENSEN

Aangeboren ondernemerschap verloochent zich niet. Het verklaart hoe de broers Marco en Rob Peek twintig jaar geleden een discotheek begonnen en inmiddels negen horecalocaties in Midden-Nederland exploiteren, waarbij een grote diversiteit troef is. Dat de overkoepelende naam BHG tegenwoordig verwijst naar Bevlogen, Hartelijk, Gastvrij, zegt genoeg over wat de gasten mogen verwachten.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN FOTOGRAFIE: BHG

Zowel het horeca- als het ondernemersbloed zat er bij de broers die BHG oprichtten al in, want hun ouders runden vroeger een partyboerderij met dancing in Bunnik. "Marco en Rob Peek zagen er potentie in om dat groter aan te pakken en openden op 15 februari 1997 discotheek Brothers, die echt een droomstart maakte," vertelt marketing manager Judith Prins. "Vanaf het eerste moment stonden er elk weekend duizenden bezoekers op de stoep. Gastvrijheid en veiligheid vormden toen al belangrijke speerpunten. Toen ze na een aantal jaren hun horecavizier wilden verbreden, deed zich bij toeval de kans voor om te starten op De Uithof in Utrecht met Grand Café The Basket. Dat was de aanzet tot een tweeledige groei: enerzijds bestaande gelegenheden overnemen en nieuw elan geven, anderzijds op unieke plekken zelf accommodaties bouwen. Neem Restaurant Zuiver achter The Wall in Leidsche Rijn, eigenlijk een heel gekke plek: een als bouwval aangekochte boerderij op een bedrijvenpark, omgetoverd in een sfeervolle accommodatie met een

à la carte-restaurant en twee zalen voor vergaderingen en congressen. Juist het verrassingselement, de centrale ligging en de optimale bereikbaarheid verklaren het succes. Gasten ontdekken bij een bezoek de overige mogelijkheden en dan ontstaat er een vliegwieleffect."

ONDERSCHIED

Het typeert volgens de marketing manager alle BHG-locaties dat deze iets onderscheidends bieden. "Down Under in Nieuwegein, dicht bij de A12 met een mooi uitzicht over de Laagravenseplas, voegt aan de eet- en vergaderfaciliteiten een recreatieve component toe. Dat gaat van watersport tot activiteiten op het land, zoals 4x4-rijden. Direct naast de snelweg bij Bunnik bevindt zich Studio A12, een grote evenementenlocatie die ook de concepten van Brothers integreert. Deze beschikt met vier grote ruimtes over de capaciteit om tot 3500 mensen te ontvangen voor bedrijfsfeesten, maar ook productpresentaties, medewerkers- of franchisedagen, grootschalige trainingen etcetera. Eén ruimte is een black

box zonder decoratie, die we helemaal naar de wens van de opdrachtgever kunnen inrichten. Eveneens in Bunnik ligt, prachtig in het groen aan de Kromme Rijn, De Landgoederij. Op hetzelfde terrein tref je een klein kasteeltje aan, wat samen met de outdoor-mogelijkheden ter plaatse mooie combinatie-evenementen mogelijk maakt. Bij De Hoefslag in Bosch en Duin, dat een Michelin-ster heeft, staat een culinaire beleving voorop. Dezelfde accommodatie beschikt tevens over een laagdrempeliger bistro en vier vergaderzalen." Hoe groot de diversiteit ook is, alle BHG-locaties dragen de kernwaarden Bevlogen, Hartelijk, Gastvrij uit. Prins: "De mensen zorgen voor het ware onderscheid. Enthousiasme en mentaliteit vinden we het belangrijkste. We trainen ze intensief en laten ze via een buddy in aanraking komen met waar we voor staan." Dat de kwaliteit en gastvrijheid bijdragen aan succes, behoeft gezien de evolutie van BHG geen betoog.

Meer informatie: www.bhg.nl

"Wij als System Care zullen deze trend wel volgen en gaan werken met extensions", aldus Bert Bouman.



34

LOUDSYSTEMEN VRAGEN EEN ANDERE MANIER VAN DENKEN DAN BIJ ON-PREMISES

Vorige keer heb ik je meegenomen in de ontwikkeling van de cloudapplicaties. Door de mogelijkheden die cloudapplicaties bieden, wordt het consumeren van de applicatie anders, zonder dat je als klant zelf technische kennis moet hebben om de applicatie in de lucht te houden. Dit zorgt ervoor dat je als klant meer keuzes kunt maken en minder rekening hoeft te houden met de technische kennis die in de organisatie is om het systeem te kunnen installeren of onderhouden.

Door gebruik te maken van cloudsysteem kun je applicaties toevoegen of verwijderen, zonder dat je hierbij een IT-professional nodig hebt. Omdat cloudproviders aan hoge eisen voldoen is het werken met de cloud qua beveiliging ook geen probleem. Microsoft Azure datacenters voldoen aan bijna alle standaarden die er zijn. Belangrijk hierbij is een goed beheer van je authenticatie (wachtwoorden). Beter is om gebruik

te maken van Multi factor authenticatie. Bij Multi factor authenticatie maak je gebruik van twee of meerder manieren om aan te tonen wie je bent; bijvoorbeeld met username en wachtwoord en met een sms die automatisch verstuurd wordt bij het inloggen. Als je behoefte groeit dan is ook de schaalbaarheid geen zorg bij een cloudoplossing. Dit is mogelijk als de dienst dit aanbiedt (hier zijn kosten aan verbonden).

VERANDERINGEN

In deze publicatie wil ik meer vertellen over hoe het nieuwe werken in de cloud die de nodige veranderingen met zich meebrengt en hoe de klanten moeten wennen aan werken in de cloud. In de afgelopen jaren zijn we gewend geraakt aan lange automatiseringstrajecten waar veel tijd in ging zitten qua ontwikkeling, opleiding, leren omgaan met het nieuwe pakket etc. Als je kijkt naar het

succes van de projecten, dan zie je de volgende cijfers: Projecten die geslaagd zijn, is: 28%. Projecten die gestopt zijn, is: 21,6%. Projecten waar budget overschreden is: 50,4%. (Bron: The Standish Group, zie afbeelding)

Het betekent dus dat 28% van de projecten binnen budget, tijd, scope en kwaliteit gerealiseerd is. 21,6% is niet gerealiseerd en is gestopt. 50,4% heeft met overschrijding te maken gehad (202 % van tijd) , waarbij 74% van de toegezegde functionaliteit niet is opgeleverd. Om tot een betere projectaanpak van de partners te komen is Microsoft gekomen met de methode 'Sure Step' om te bewerkstelligen dat de projecten wel binnen budget, tijd, scope en kwaliteit gerealiseerd kan worden. Microsoft realiseert zich dat deze uitkomst niet meewerkt om succesvol in de softwarewereld te zijn. De 'Sure Step' methode betekent ook dat er zes fasen doorlopen moeten worden om een project tot een succesvol eind te laten komen:

- Diagnosefase
- Analysefase
- Ontwerpfase
- Ontwikkelingsfase
- Uitrolfase
- Operationele fase

DAGELIJKSE WERKZAAMHEDEN

Al deze fasen kosten tijd en daarmee geld. Elke fase die je opstart doorloop je vervolgens met je klant, na het afronden tekent de klant voor akkoord en kan de volgende fase gestart worden. Ook neem je als partner de key-users van de klant mee in het project om de gemaakte software te testen en de functionaliteiten van het softwarepakket onder de knie te krijgen. Bij de uitrol van het pakket zal er door de klant getest moeten worden of alle gebruikers alle functionaliteiten ter beschikking hebben om hun dagelijkse werkzaamheden goed uit te kunnen voeren. Dit hele proces kan maanden duren en kost veel resources van de organisatie, van de klant en van de partner. In de nieuwe wereld van de cloud zijn de principes van bovenstaande methode wel gelijk. Veel valt of staat met de nieuwe extensions. Extensions is een Add-on (standaard toevoeging in pakket of maatwerk) wat versnelt hergebruikt kan worden. In de Microsoft NAV-omgeving zijn nog niet veel extensions gerealiseerd. Om die reden is te merken dat veel partners nog niet klaar zijn om te werken met extensions. Consequentie is dat men op de oude methode projecten aanpakt en dat dus projecten een langere doorlooptijd hebben dan nodig is. Dat is jammer want daarmee wordt automatisering een lang project waar veel mis kan gaan.

SNELLER

Microsoft wil graag sneller succesvolle projecten afronden. De cloud leent zich daar goed voor. Om die reden richt Microsoft zich al een tijdje op de Sure Step Methodology. Microsoft wil eigenlijk standaard software leveren vanuit de cloud waarbij de extensions gebruikt worden om de benodigde aanpassingen te realiseren. Het spanningsveld bij dit soort projecten is of de klant uit de voeten kan met de standaard software of dat deze aangevuld moet worden met de extensions. Het probleem zit ook bij partners die nog niet actief zijn met het schrijven van extensions (een paar partners werken wel met extensions). Er zal bij de partners een omslag moeten komen om met de nieuwe methode van Microsoft te gaan werken. Het betekent

dus ook dat de partners Add-on's en maatwerk ontwikkelen als extensions die gebruikt worden bij klanten voor hun ERP-pakket (ERP = Enterprise resource planning, automatiseert alle bedrijfsprocessen). Zolang partners niet bereid zijn of niet willen investeren in het maken van extensions zullen de klanten nog weinig profijt hebben van de nieuwe richting die Microsoft op wil gaan met hun nieuwe software. Dat betekent ook dat het in de cloud werken met ERP-pakketten minder snel gaat dan gehoopt, er zijn nog een aantal zaken die geregeld moeten worden. Immers als er weinig partners bezig zijn met extensions zullen er ook weinig gemaakt worden en wordt de nieuwe methode van werken ook lastig. Al met al zal dit proces nog wel even duren voordat er een hele ommezwaai is van het gaan werken met de nieuwe methode.

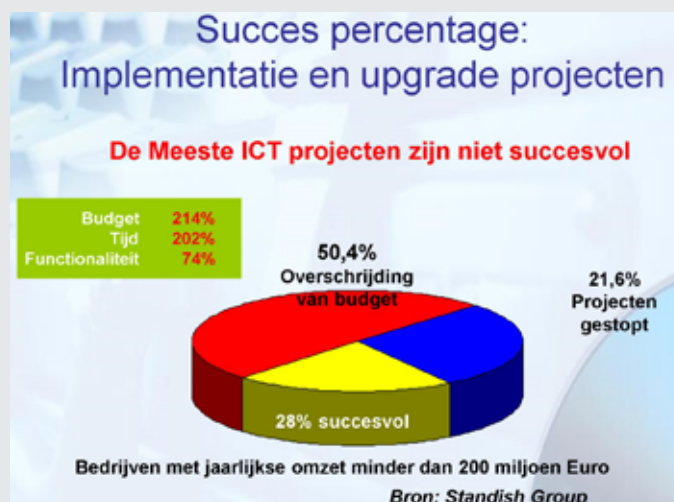
Nou zijn de partners niet alleen het probleem bij het werken met extensions. De ontwikkeling van extensions door Microsoft heeft ook een proces gehad. In het begin was het ontwikkelen in extensions lastig en beperkt. In de laatste versie van de extensions kan er al veel meer en wordt de extension een volwaardig ontwikkeltool waar je veel mee kunt.

WEDLOOP

De grote vraag is of de partners mee willen in die nieuwe ontwikkeling van Microsoft. Ik verwacht dat als zij niet meegaan zij de wedloop verliezen in de ERP-markt. Wij als System Care zullen deze trend wel volgen en gaan werken met extensions. Hierdoor zullen onze klanten up to date blijven met hun Dynamics NAV c.q. Dynamics 365 pakket en snel over kunnen naar volgende versies. System Care verkoopt en implementeert ook Dynamics NAV en Dynamics 365. Hierbij wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van Extensions. Neem gerust contact met ons op voor bijvoorbeeld een demonstratie.

Voor meer informatie zie de site:
www.systemcare-ict.nl

Bert Bouman
T 06-42737328
E info@systemcare-ict.nl





MKB STEEDS VAKER GESTAPELD GEFINANCIERD

“WEES ZUINIG OP JE TAFELZILVER”

Vroeger was het simpel. Had een mkb-bedrijf financiering nodig dan klopte het aan bij de huisbank. Hoe anders is het nu. Op dit moment zijn er meer dan veertig verschillende financieringsvormen en zeker 150 aanbieders. Om hieruit de beste mix samen te stellen, is een hele klus. Niet alleen bedrijven, ook adviseurs hebben moeite om hun weg te vinden in het huidige financieringslandschap.

Jaarlijks publiceert Panteia een Financieringsmonitor. Deze brengt zowel de behoefte aan financiering bij het particulier bedrijfsleven in kaart als de manier waarop in deze vraag wordt voorzien. In de periode april 2016 - maart 2017 oriënteerde dertig procent van de bedrijven zich op het verkrijgen van externe financiering. Driekwart daarvan diende ook werkelijk een aanvraag in. 85% van deze aanvragen werd volledig gehonoreerd. Dit percentage vertoont volgens Panteia een trendmatige stijging. Bij

11 procent werd de aanvraag volledig afgewezen; minder dan bij vorige onderzoeken. Het mkb trok in de onderzochte periode voor bijna 9 miljard euro aan financiering aan.

MEER DAN 60% HOORT NEE

Bij bedrijven met 250 of meer werkzame personen komt volledige afwijzing vrijwel niet voor. Microbedrijven horen veel vaker nee bij een financieringsaanvraag. 34 procent van het mkb met minder dan 10 medewerkers ziet dat een aanvraag volledig wordt afgewe-

zen. Lex van Teeffelen – lector Financiële en Economische Advisering aan de Hogeschool Utrecht – plaatst hierbij een kanttekening. “In 2015 deden wij onderzoek met aanvullende indicatoren en een flink grotere steekproef dan de Financieringsmonitor. Daarbij bleek dat ruim 30% van de microbedrijven al na een voorzichtige oriëntatie – een telefoontje met de accountmanager of callcenter van de bank – vooraf duidelijk wordt gemaakt dat zij niet in aanmerking komen voor financiering. Deze groep valt buiten de scope van de

“BANKLENINGEN ZIJN VERTROUWD TERREIN VOOR MKB-ADVISEURS, EEN COMBINATIE VAN DEELS NIEUWE FINANCIERINGSINSTRUMENTEN IS DAT ZEKER NIET.”

Financieringsmonitor. Opgeteld komt het bij microbedrijven dus in ruim 60% van alle gevallen niet tot een financiering. Dat percentage baart zorgen.”

GEEN VERTROUWD TERREIN

Belangrijke verklaring is volgens de lector de opstelling van Nederlandse banken in de afgelopen jaren. “Uit rapporten van ECB en de Wereldbank blijkt dat ons land een van de slechtste markten is voor het verkrijgen van financiering. Loketten van banken bleven lang gesloten. De drempel om financiering te krijgen is hoog vergeleken met andere landen. Datzelfde geldt voor de kosten; die zijn te hoog.” Door deze terughoudendheid ontstond ruimte voor alternatieve financieringsvormen. Vertrouwde elementen als factoring en leasing, maar ook crowdfunding en online werkkapitaal. “Op dit moment zijn er meer dan veertig verschillende financieringsvormen en zeker 150 aanbieders,” weet Van Teeffelen. Vrijwel elk bedrijf gebruikt meerdere vormen. “Gestapelde financiering noemen we dat. Bankleningen zijn vertrouwd terrein voor mkb-adviseurs, een combinatie van deels nieuwe financieringsinstrumenten is dat zeker niet. Dit bemoeilijkt het verkrijgen van financiering.”

STAPPENPLAN VOOR ADVISEURS

Om adviseurs te helpen hun klanten zo goed mogelijk te ondersteunen, namen Hogeschool Utrecht, Hogeschool van

Amsterdam en CrowdfundingHub het initiatief voor een twee jaar durend onderzoek onder financieel adviseurs en aanbieders van (alternatieve) financiering (www.gestapeld-financieren.nl). Ook vijftien bedrijven en twee beroepsorganisaties participeren. Van Teeffelen is een van de onderzoeksleders. “Hoofddoel is de oplevering van een stappenplan. Hiermee kunnen financieel adviseurs gemakkelijker en sneller de juiste combinaties bepalen voor een optimale financieringsaanvraag voor mkb'ers.”

EEN KWARTIER OF ACHT WEKEN

Uit de Financieringsmonitor blijkt dat de doorlooptijd van een financieringsaanvraag gemiddeld acht weken is. Te lang, vinden veel bedrijven. Het kan ook anders. In september introduceerde ABN Amro New10, een online label dat leningen verstrekt van 20 mille tot een miljoen. Een aanvraag verloopt volledig digitaal. Binnen 15 minuten weten mkb-ondernemers of ze de lening kunnen krijgen en tegen welke voorwaarden, claimt New10. “Eerder waren bedrijven als Spotcab en Lendico al actief als online financier. Het was een kwestie van tijd voor de grote banken zich op deze markt zouden begeven,” aldus Van Teeffelen. “ABN Amro doet het nu met New10 in Nederland. ING kiest eerst voor het buitenland. In Italië en Frankrijk gaan ze samen met fintechbedrijf Kabbage mkb-leningen van 3 tot 100.000 euro aan de man brengen.”

JAAR VOL STRIID

Digitale kredietverstrekking maakt voor banken ook kleinere leningen interessanter. Waarom waren ze al niet eerder actief op de online kredietmarkt? “Naast hun behoudende mindset is het best een uitdaging om de technologie te koppelen aan interne procedures en richtlijnen. Die hobbel lijkt nu genomen.” Daarom wordt 2018 een jaar vol strijd op het gebied van online bedrijfsfinanciering, verwacht Van Teeffelen. Gaat het banken lukken terrein terug te veroveren en de markt voor kleine financieringen naar zich toe te trekken? “Die kans is groot. Al heeft het vertrouwen in banken een forse knauw gekregen, als puntje bij paaltje komt kiezen veel ondernemers toch voor een vertrouwde naam. Daar komt bij dat banken ten opzichte van andere aanbieders als Spotcab en Lendico een cruciaal voordeel hebben. Zij halen goedkoop geld uit de markt – tegen bijna nul procent rente – en zetten dat voor veel meer weg. Concurrenten zonder bankvergunning kunnen daar aan de inkoopkant onmogelijk tegenop.”

LEVEL PLAYING FIELD

Dit houdt een risico in, stelt de lector. “Wat gebeurt als grote banken inderdaad vol gasgeven en de concurrentie op de online kredietmarkt wegmaaien? Gaan dan de tarieven omhoog als de koek is verdeeld? Ik ben er niet gerust op. Op dit moment is er simpelweg geen *level playing field*. Om dat te creëren, heeft de overheid zeker een verantwoordelijkheid. Zo voorkom je dat het mkb over een aantal jaren minder keuzemogelijkheid heeft en te maken krijgt met hogere financieringskosten.”



FOTO: WILCO VAN DUEN

Lex van Teeffelen: “2018 wordt een jaar vol strijd op het gebied van online bedrijfsfinanciering.”

“GEEF NOOIT HET HELE ONDERPAND UIT HANDEN”

Waar moeten mkb-ondernemers die financiering zoeken vooral op letten? “Brenge allereerst goed in kaart welke financieringsvormen je al hebt,” zegt Van Teeffelen. “Maak op basis daarvan keuzes met een horizon van twee, drie jaar. Kijk wat je echt nodig hebt, zoek daar een aantal financieringsvormen bij en analyseer de voor- en nadelen. Wees pragmatisch. Heb je in een groeifase heel snel kort geld nodig dan hoeven hogere rentetarieven geen bezwaar te zijn, als je daardoor flexibiliteit behoudt.” Veel ondernemers kiezen volgens Van Teeffelen als vanzelfsprekend voor goedkoop vreemd vermogen. “Groeit je een paar jaar flink met steeds meer vreemd vermogen dan bestaat de kans dat je door de solvabiliteitsafspraken zakt. Met alle gevolgen van dien: extra eisen van de bank, meerkosten door het opnieuw afsluiten van contracten, boeterentes et cetera. Houd daarom de eigen vermogenspositie in de gaten. Laatst tip: geef niet te snel onderpand uit handen. De goedkoopste manier van financieren is een hypothecaire lening. Sluit je die af voor tien jaar en heb je na drie jaar meer geld nodig, dan kun je ondanks de gepleegde aflossingen niet altijd een beroep doen op het onderpand. Wees dus zuinig op je tafelzilver.”



VERRASSEND VEELZIJDIG RECREATIEBEDRIJF IN DE REGIO:

SKIPISTE NIEUWEGEIN

Skipiste Nieuwegein is in nieuwe handen. Mark Snoeren heeft het bedrijf overgenomen van oprichter Mark van der Swaluw en ziet mooie kansen voor het bedrijf en de omgeving Nedereindse Plas.

FOTOGRAFIE: MARNIX SCHMIDT

Al bijna 25 jaar bestaat Skipiste Nieuwegein en in die tijd heeft het zich ontwikkeld tot een veelzijdig recreatiebedrijf. In 1994 begon Mark van de Swaluw met de skipiste. Een echte pionier op het gebied van outdoor borstelbanen en een van Nederlands beste skiërs. Hij bouwde Skipiste Nieuwegein uit tot een prachtig bedrijf met vijf skipistes, een horecagelegenheid en een ware ski-shop, maar er kan nog zoveel meer. Vergaderen bijvoorbeeld, maar ook bedrijfsuitjes, feesten en partijen.

De pistes zijn borstelbanen en zijn gemaakt van kunststof borstels. "Skiën op een borstelbaan is zeker anders dan in de sneeuw. Maar de techniek die je nodig hebt, is precies dezelfde als in de sneeuw", vertelt kersverse eigenaar Mark Snoeren. "Skiën op de borstelbaan is wel iets moeilijker dan skiën in de sneeuw. Op de borstelbaan word je gedwongen de techniek nauwkeuriger toe te passen dan in de sneeuw. Voel je je comfortabel op de borstelbaan, dan lukt het ook in de sneeuw."

NEDEREINDSE PLAS

Als nieuwe eigenaar zal Mark Snoeren zelf actief gaan werken in het bedrijf. Hij ziet nog mooie kansen om het bedrijf mooier en aantrekkelijker te maken. En niet alleen voor ski- en snowboardlessen, maar voor veel meer. "De omgeving van de Nedereindse Plas is een

té mooie omgeving om niets mee te doen", geeft hij aan. In de regio weten veel mensen van het bestaan van Skipiste Nieuwegein. Veelal doordat ze daar zelf hebben leren skiën of snowboarden. Toch weten veel mensen nog niet dat Skipiste Nieuwegein niet alleen skilessen aanbiedt, maar ook een uitstekende locatie is voor andere activiteiten. De centraal gelegen locatie aan de Nedereindse Plas is een mooie locatie voor allerlei buitenactiviteiten en veel meer.

BEDRIJVEN

Vanzelfsprekend blijft de core business van Skipiste Nieuwegein het leren van skiën en snowboarden. "Toch komen al regelmatig bedrijven bij ons om een sportieve en feestelijke activiteiten te houden. Veelal zijn ze verrast over de mooie locatie, omgeving en mogelijkheden. Ik hoop dat ook bedrijven ons nog meer gaan vinden om deze unieke belevenis mee te maken", zegt Mark Snoeren trots. "In de toekomst willen we nog meer activiteiten gaan aanbieden zoals bedrijfsuitjes, learning events, leiderschapstrainingen en vergaderarrangementen. Hoewel de horecagelegenheid deze mogelijkheid nu al biedt, kan de inrichting daarop verbeterd worden."

ZOMER

Voor de zomermaanden heeft Mark Snoeren ook wel ideeën. "Ik wil het tuben (met een

opblaasband de berg af, red.) uitbreiden." Nu wordt de tubebaan rond april helemaal opgebouwd, waar ook de skipiste voor wordt gebruikt. "Die periode moet uitgebreid worden", vindt hij. "We moeten nu helaas wel eens 'nee' zeggen tegen verschillende kinderfeestjes in de zomerperiode. Dat is zonde, dus hier gaan we een oplossing voor vinden. Daarnaast gaan we activiteiten ontwikkelen die op en rondom de Nedereindse Berg en Plas kunnen plaatsvinden. Met mijn militaire achtergrond kijk ik ook naar survivalactiviteiten", werpt Snoeren op. "Maar ook wandelen, fietsen en varen. Als is dat laatste wel afhankelijk van de ontwikkeling van de plas."

Meer informatie:

Skipiste Nieuwegein
Nedereindseweg 501a
3546PM Utrecht
030-6884463
www.skipistenieuwegein.nl





SNEL DUIDELIJKHEID NODIG OVER EMISSIELOZE GEBIEDEN 2025 CRUCIAAL JAAR VOOR STADSDISTRIBUTIE

AI is het procentuele aandeel in het Nederlandse wagenpark nog bescheiden, elektrische personenauto's zijn een vertrouwd beeld. De sexy Tesla is een gewilde eyecatcher. Elektrische trucks daarentegen zijn een stuk zeldzamer. Daar komt verandering in. De Green Deal Zero Emissie Stadslogistiek bevat een heldere doelstelling: emissievrije bevoorrading van de Nederlandse binnensteden in 2025. TLN verwacht dat dit haalbaar is, mits aan een aantal randvoorwaarden wordt voldaan.

In de Green Deal Zero Emission Stadslogistiek ligt de ambitie vast dat bevoorrading van binnensteden in 2025 zoveel mogelijk emissievrij is. Onder deze afspraak staan handtekeningen van ruim vijftig partijen: ministeries, gemeenten, vervoerders, autofabrikanten, branche- en belangenorganisaties. Gemeenten zijn bezig de gezamenlijke doelstelling te concretiseren. Utrecht beet het spits af en maakte afspraken met ondernemers en vervoerders over een volledig uitstootvrije centrumbelevering. Meer gemeenten volgen en de kans is groot dat veel binnensteden in 2025 verboden gebied zijn voor CO₂-uitstotende vrachtauto's.

UITSTOOT HALVEREN

TLN vertegenwoordigt 5.500 wegtransportbedrijven en logistieke dienstverleners. De brancheorganisatie zet in op een halvering van de CO₂-uitstoot door het beroepsgoederen-

vervoer in 2030. Analoog aan de Green Deal moeten vijf jaar eerder voor de bevoorrading van grotere binnensteden uitsluitend emissieloze voertuigen worden ingezet. In de rest van het land zouden vrachtauto's op groene brandstof moeten rijden. Zodra het rendabel wordt lange afstanden met elektrische vrachtwagens af te leggen, komt zero emissie ook buiten de stadscentra binnen bereik.

Voor de beoogde CO₂-reductie is volgens TLN tot 2030 een uitfaseringsregeling nodig voor het gebruik van biodiesel en biogas. Zonder deze subsidie kunnen ondernemers in de problemen komen tijdens de overgangsfase naar ander materieel.

TIJDIG INVESTEREN

Gezien de benodigde forse investeringen in elektrische voertuigen moeten transpor-

tondernemers volgens TLN zo snel mogelijk weten hoe de zero emissie gebieden eruit zullen zien. Vrachtauto's zijn kostbaar en de afschrijvingstermijn is lang. 2025 lijkt ver weg maar het kan goed zijn dat het in sommige gevallen al in de afschrijvingsperiode valt van binnenkort aangeschafte trucks. TLN verwacht daarom van de veertig grootste gemeenten dat zij uiterlijk 2018 aangeven voor welke gebieden emissielos transport de norm wordt. Transportondernemers kunnen dan tijdig gericht investeren in de benodigde voertuigen. Andere voorwaarde voor goed functionerend elektrisch vervoer: logistieke hubs aan de rand van centrumgebieden. Inrichting daarvan lukt niet van vandaag op morgen. Ruimte in de grote steden is schaars en ook als het gaat om voorzieningen – oplaadfaciliteiten, beveiliging – moet nogal wat gebeuren. Ook hier geldt: snelheid is geboden.

“DE PRIJS VAN TRANSPORT MOET OMHOOG, WANT VERDUURZAMING KOST GELD.”

GROTE MERKEN

Om de CO2-doelstellingen te realiseren, moeten voldoende emissieloze voertuigen leverbaar zijn. De elektrische vracht- en bestelwagens die op dit moment rondrijden, zijn veelal gemaakt door specialistische leveranciers. Grote merken schitteren nog door afwezigheid maar dat gaat veranderen. Mercedes-Benz heeft zijn eerste elektrische truck gepresenteerd. MAN introduceert de komende jaren volledig elektrische versies van zijn distributietrucks. Eind 2018 moet de productie starten. Ook Tesla toont binnenkort een elektrische truck. Die zou in 2019-2020 van de band moeten rollen en is naar verwachting vooral geschikt voor regionaal vrachtverkeer. Na 2020 zouden transportondernemers dus keuze hebben uit meerdere alternatieven.

VERDUURZAMING KOST GELD

De transportsector kenmerkt zich door hoge investeringen en vaak bescheiden marges. Dit kan een belemmering vormen voor snelle verduurzaming. Transport is nu een sluitpost, stelt TLN-voorzitter Arthur van Dijk in het VNO-NCW magazine Forum. “De prijs van transport moet dus omhoog, want verduurzaming kost geld.” Vergeleken met traditionele dieselv

sies zijn elektrische voertuigen kostbaar. Complicerende factor bij de financiering is dat verschil bestaat tussen de afschrijftermijn van de accu en de rest van het voertuig. Ook los van de financiële aspecten heeft de inzet van elektrische trucks veel impact op de bedrijfsvoering van vervoerders. Denk aan de planning van ritten die complexer wordt omdat rekening gehouden moet worden met oplaadtijden.

VOORDELEN VOOR KOPLOPERS

Ondanks de drempels heeft een snelle adaptie van elektrisch transport zeker voordelen. Veel gemeenten bieden gunstiger omstandigheden voor elektrisch aangedreven voertuigen, zoals ruimere venstertijden. Die vervallen uiteraard zodra emissieloos transport meer gemeengoed wordt. Early adaptors kunnen nu ook nog gebruikmaken van subsidies en stimuleringsprogramma's zoals de Demonstratieregeling Klimaattechnologieën en -innovaties (DKTI) Transport. Deze loopt tot en met 2021 en stelt subsidie beschikbaar voor transportoplossingen met een lage of geen CO2-uitstoot.

GROEN BIER

Door al in een vroeg stadium elektrisch transport te omarmen, profileren vervoerders en opdrachtgevers zich als innovatieve bedrijven. Zo zet Simon Loos voor Heineken en Amstel al jaren elektrische trucks in voor de bevoorrading van de Amsterdamse binnenstad. Met een laadvermogen van 5 ton en een bereik tot 120

kilometer zijn deze trucks geschikt voor stedelijke distributie. De benodigde stroom wordt opgewekt door zonnepanelen op het dak van het Heineken-distributiecentrum. Voor de ontwikkeling van deze emissieloze trucks namen de bierbrouwer en de gemeente Amsterdam samen deel aan Frevue, een Europees project dat elektrisch vrachtvervoer door de stad stimuleert. Heineken wil al in 2020 voor de horecadistributie in de grote Randstad-steden alleen nog maar zero-emissie voertuigen inzetten.

GEZAMENLIJKE VERANTWOORDELIJKHEID

Opdrachtgevers zoals Heineken spelen een belangrijke rol bij de transitie naar emissieloos transport. Steeds meer partijen – overheden én bedrijven – stellen bij aanbestedingen eisen aan de beperking van CO2-uitstoot. Wat kunnen consumenten doen? Waar de keuze-mogelijkheid voor groene stroom of biologisch voedsel vanzelfsprekend is, is dat bij de wijze waarop je een pakje laat bezorgen niet het geval. Waarom bieden de bol.coms van deze wereld bij een bestelling geen mogelijkheid om te kiezen voor groen transport, voor een emissieloze levering met een kleine meerprijs of een iets minder snelle bezorging? Dit draagt bij aan de bewustwording dat verduurzaming van transport vooralsnog geld kost. En een gezamenlijke verantwoordelijkheid is.



Foto: www.hollandfoto.net/Shutterstock.com

EV100: BEDRIJVEN NEMEN HUN VERANTWOORDELIJKHEID

De helft van alle auto's op de weg is in het bezit van bedrijven. EV100 is een nieuw wereldwijd initiatief om het invoeren van elektrische voertuigen en de benodigde infrastructuur sneller te laten verlopen. Onder de tien oprichters onder meer Unilever, IKEA, Deutsche Post DHL en LeasePlan. Deze bedrijven beloven dat 100 procent van hun personenauto's – ook leasewagens – in 2030 elektrisch aangedreven zal zijn. Bij vrachtauto's tussen de 3,5 en 7,5 ton zal dit voor minstens de helft gelden. Ook wanneer een taxi wordt besteld of een auto wordt gehuurd, moet dit een elektrische variant zijn. Verder beloven de EV100-initiatiefnemers dat ze zorgen voor het inrichten van infrastructuur zoals laadpalen.

ZOEK JE IETS?

PROMOTIONELE ARTIKELEN | GIVEAWAYS
BEDRIJFSKLEDING | MERCHANDISE | FULLFILMENT
KERSTGESCHENKEN | EINDEJAARSGESCHENKEN



Kop & Schouders
promotiepartner van formaat

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



WATERAFSTOTEND



ANTI-CUT



GEÏNTEGREERDE
USB-POORT



VEILIG OP DE
WEG



VERBORGEN RITS



GEAVANCEERDE
OPSLAG
MOGELIJKHEDEN



SCHOKBESTENDIG



WWW.KERSTMETKOPENSCHOUDERS.NL





Kop & Schouders

promotiepartner van formaat

Kop & Schouders Midden Nederland; Nét dat beetje meer!

Promotionele artikelen bestellen. Het klinkt eenvoudiger dan het is.
Hoe maak je de juiste, passende en originele keuze?

Meerwaarde

Kop & Schouders Midden Nederland is creatief, denkt mee en adviseert over een oplossing die past bij de doelstelling, de doelgroep, de boodschap en het budget.

Onze jarenlange ervaring op het gebied van marketing, communicatie, eventmanagement en fieldmarketing, zorgt voor een brede marktkennis. We weten wat er speelt, waar de uitdagingen en kansen liggen en hoe we middelen op de juiste manier kunnen inzetten. Zo bieden we altijd nét dat beetje meer.

Midden Nederland

Van Woerden tot Barneveld, van Abcoude tot Vianen; Kop & Schouders Midden Nederland is *dé partner* op het gebied van **premiums, giveaways, gadgets, relatiegeschenken, merchandising, promotioneel textiel en (kerst)pakketten**. Ook kunnen uw promotionele activiteiten persoonlijk worden ondersteund met behulp van fieldmarketing.

WOW!
DAAR WIL IK MIJN LOGO OP ●

Kop & Schouders

Kop & Schouders Midden Nederland is het dynamische en veelzijdige regiokantoor van Kop & Schouders in de Provincie Utrecht. Met bijna 20 jaar ervaring is Kop & Schouders een professionele en betrouwbare partner van promotionele artikelen voor de zakelijke markt. We beschikken over ruim 50.000 originele en voordelige artikelen die we razendsnel kunnen leveren; bedrukt of onbedrukt. Naast een uitgebreid assortiment kunnen we middels ons eigen verkoopkantoor in China ook custom made artikelen produceren.

Laat u adviseren en verrassen door ons ervaren en creatieve team!

Jeroen Sölner

Directeur

Regiokantoor Midden Nederland



KOP & SCHOULDERS

MIDDEN-NEDERLAND

Alendorperweg 115 | 3544 MM Utrecht

06-22 07 21 03 | jeroen@kopenschouders.nl

www.kopenschouders.nl

facebook.com/kopenschoudersmiddennederland



BUSINESS MAKEOVER

ONDERSTEUNING VOOR HET MKB OM JE BEDRIJF EEN KICK-START TE GEVEN BIJ INNOVATIES

De gemiddelde ondernemer is liever met zijn vak bezig dan met de zaken rond het ondernemen. Maar die randzaken kunnen ervoor zorgen dat het bedrijf nieuwe klanten krijgt, de omzet groeit en de winst toeneemt - of dat het bedrijf failliet gaat. Elke hulp op dat gebied is daarom welkom. Die hulp is er nu in een nieuwe, online vorm. Bovendien is die gratis en kost die weinig tijd.

TEKST: HANS HOOFT FOTOGRAFIE: PETER LOUS

Eind vorige maand werd de Nederlandse versie van het online platform www.BusinessMakeover.eu gelanceerd. Prof dr Harry Bouwman van de TUDelft: "In het kort: dit platform biedt praktische en eenvoudig te gebruiken gratis tools voor innovatie van bedrijfsmodellen." Business model innovatie is belangrijk om te zorgen dat de bedrijfsresultaten uit product en diensteninnovatie uiteindelijk ook renderen. Het platform, 'powered by' ENVISION (zie kader) project van de Europese Commissie (EC) om meer aandacht te creëren bij mkb-ondernemers voor het innoveren van hun bedrijfsmodellen.

VIRTUEEL

Het ENVISION project is opgezet als een virtueel bedrijf, met deelnemers uit diverse Europese landen. Naast het stimuleren van aandacht voor het innoveren van businessmodellen doen de deelnemers ook onderzoek. "Om aan te tonen dat business model innovatie ook daadwerkelijk leidt tot een betere performance en een hogere innovativiteit van bedrijven," aldus Bouwman. "Daarnaast doen we heel veel casestudies, kijken naar hun bedrijfsmodel, en hoe ze dat veranderen." Veel ondernemers blijken moeite te hebben met de transitie naar een ander businessmodel. Dat blijkt wel uit de vele aan-

vragen die de organisatie al heeft ontvangen: in heel Europa, maar ook daarbuiten, al enkele honderdduizenden. Bouwman: "Vaak zijn dat vraagstukken als: hoe kan ik mijn bedrijf laten groeien? Hoe kan ik meer winst maken? Maar ook: hoe kan ik zorgen dat ik niet failliet ga?"

SOCIAL MEDIA ALS ONDERDEEL VAN BEDRIJFSMODEL

Bouwman vervolgt: "De vele case studies die we doen, het statistisch onderzoek dat we verrichten, en ook de technieken en hulpmiddelen die we ontwikkelen, gebruiken we om ervoor te zorgen dat bedrijven het businessmodel kun-

WAT IS ENVISION?

ENVISION is een Europa-breed project gericht op het ondersteunen van het mkb bij de innovatie van hun bedrijfsmodel. Die ondersteuning vindt plaats middels onderzoeken, begeleiding en het interactieve platform www.businessmakeover.eu. Aan het project nemen 9 partners en tientallen overkoepelende organisaties deel, met directe toegang tot het Europese mkb. Nederlandse partners zijn TUDelft, InnoValor en LEFm&e. Momenteel heeft ENVISION partnerships met meer dan 30 overkoepelende organisaties met de potentie om meer dan 13 miljoen mkb'ers in Europa te bereiken.

nen veranderen. Die tools en korte instructie video's zijn gratis beschikbaar op het platform BusinessMakeover.eu. Net als een aantal van de case studies die ter inspiratie dienen voor andere mkb-ers. Ondernemers vinden het interessant om te kijken waar andere mkb-ers tegenaanlopen en hoe zij dit hebben kunnen oplossen. Een belangrijke ontwikkeling is de zogenoemde digital transformation. "We kijken bijvoorbeeld naar de functie van social media, hoe gebruiken bedrijven die?" Bouwman noemt een case van drie hamburgerrestaurants. "De eerste gebruikt social media vooral om nieuwe menu's te melden. De tweede gebruikt ze vooral om te reageren op klachten over de producten en de dienstverlening, dus veel meer vanuit de service-hoek. Met de derde hebben we gekeken hoe je social media kunt koppelen aan je bedrijfssysteem. Het was een populair restaurant, ze hadden problemen met de reserveringen omdat veel mensen op dezelfde tijd wilden komen eten. We hebben voorgesteld om een koppeling te maken tussen het restaurantsysteem waarbij je kunt zien wanneer mensen betalen, zodat je kunt zien dat een tafel binnen een half uur vrij is. Dus kunnen mensen een berichtje krijgen dat ze alvast kunnen komen, niet dat ze uren moeten wachten op een vrije tafel. Het is inderdaad vergelijkbaar met het zogeheten hoteling systeem dat kantoren gebruiken voor flexwerkers. Je ziet dus dat veel systemen voor meerdere sectoren toepasbaar zijn. Het hoeft niet new to the world te zijn om goed te functioneren voor een andere sector."

OVERSTAP

"We zien veel bedrijven die een overstap willen maken van productgericht naar dienstgericht. Dat heeft te maken met de trend van bezit naar gebruik, maar ook met het feit dat vanuit de bedrijfsoptiek producten en diensten altijd aan elkaar zijn gekoppeld. Soms kun je meer verdienen aan diensten dan aan producten. Een bekend voorbeeld is de Nespresso: je verkoopt een apparaat en je verdient voornamelijk aan de cupjes. We hebben datzelfde model gezien

bij het Finse bedrijf Plantui, dat groeimodules verkoopt voor kruiden en andere planten (de cupjes) en een bewaterings/belichting systeem (het koffiezetapparaat)."

"Dat geeft te denken: hoe genereer je nu eigenlijk je inkomsten? Voorbeeld: veel mkb-bedrijven maken high-tech componenten voor auto's, systemen die werken met sensoren. Maar uiteindelijk heeft een verzekeringsmaatschappij daar het voordeel van, want op basis van die sensorendata kan die zien dat die bestuurder bijvoorbeeld altijd te hard rijdt als het regent. Door de combinatie van data in de auto van zowel het rijgedrag als wat er buiten de auto gebeurt, kan dat ertoe leiden dat de verzekeringsmaatschappij daar uiteindelijk zijn voordeel mee behaalt. Is het dan niet relevant dat de voordelen die de data opleveren voor de verzekeringsmaatschappij, niet op een of andere manier terugkomen bij de producent van die sensoren? Dat is een typisch voorbeeld waarbij het gaat niet alleen over waardecreatie binnen het bedrijf zelf, maar ook daarbuiten, in het hele eco-system."

VIDEOCOLLEGES

Naast het gratis platform biedt de organisatie ook Massive Open Online Courses. "Dat is een parallel project en bestaat uit gratis videocolleges vanuit de universiteit Delft. Die cursussen kosten een paar uurtjes inspanning per week, bevatten veel voorbeelden, maar ze zijn vooral heel praktisch. We laten vaak ondernemers zelf aan het woord. We houden het qua opzet zo eenvoudig en zo duidelijk mogelijk. Als je ingelogd bent op het platform, kun je interactief toolsgebruiken en de resultaten ook bewaren. Je creëert je eigen omgeving. Het zou overigens goed zijn als de helpers van het midden- en kleinbedrijf – accountants, notarissen, enzovoort – ook naar dit soort dingen kijken en mkb'ers helpen hun bedrijfsmodel te ontwikkelen. Als we zien waar ondernemers bang voor zijn, is dat 1. voor concurrenten, 2. nieuwe partijen op de markt, en 3. onvoorspelbaarheid van overheidsgedrag. We zien we ook

veel bezorgdheid over technologische veranderingen, privacy, security, databeveiliging. En bedrijven vragen zich dan af: wat betekent dat voor mij? Onze stress test tool is juist op het testen van een business model voor dit soort onzekerheden gericht."

PARTNERS

"Onze partners zijn een netwerkorganisatie." gaat Bouwman verder, "Als een netwerkorganisatie werken we echt voor de mkb-ondernemers zelf. Enkele van deze partners, zoals de kamer van koophandel in Noord-Italië, zijn al vanaf dag 1 van het project nauw betrokken, en er zijn inmiddels meer dan dertig netwerkorganisaties bijgekomen die het platform promoten naar hun leden. Met Nederlandse MKB-organisaties hebben we nauwe contacten, maar is er nog niets concreets uit voortgekomen – waarschijnlijk omdat de organisaties vooral hun eigen agenda volgen. Ze waren wel geïnteresseerd in waar wij mee bezig zijn, maar niet in een vorm van samenwerking of ondersteuning."

Bouwman sluit af: "Dit project is buitengewoon succesvol, we krijgen heel positieve reacties op de tools en het platform. Ik wil echt mensen uitdagen om ernaar te kijken en er mee aan de slag te gaan. Commentaar en vragen zijn altijd welkom."

www.BusinessMakeover.eu



1000 m² INSPIRATIE

VLOEREN EN RAAMBEEKLEDING

In onze showroom kunt u volop ideeën opdoen hoe u uw woning sfeer- en in geheel eigen stijl kunt inrichten. Kom daarom snel eens langs voor een verhelderende nieuwe kijk op woninginrichting bij Vocking Interieur, Ambachtsweg 1 in Nieuwegein.

VLOEREN EN VLOERBEDEKING

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

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



VLOERKLEDEN



o.a. Brink & Campman, Harlequin, Brinker, De Munk Carpets, NI-Label, en Sanderson.

De voordelen van Vocking Interieur:

- grootse keuze
- duidelijk advies
- vakkundige stoffeerdere
- CBW zekerheid

P Gratis

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



RAAMBEEKLEDING

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

Grootse **gordijnencorner** met ruim 200 showgordijnen en honderden stalen van de merken Eijffinger, JAB, Kobe, Artelux, dePloeg, Kendix en NL-Label.

interieur
VOCKING
vloeren & raambekleding

Showroom: Ambachtsweg 1 - Nieuwegein www.vockinginterieur.nl

Maandag 13:00-17:00 uur Dinsdag t/m vrijdag 09:00-17:00 uur zaterdag 10:00-17:00 uur koopavond vrijdag 18:00-21:00 uur

LICHAAMSTAAL

DOOR FRANK VAN MARWIJK

Al verloopt steeds meer interactie digitaal, face-to-facecontact is nog altijd een cruciaal communicatiemiddel. Wellicht wint het zelfs verder aan waarde in het digitale tijdperk. Des te belangrijker is het dan om te doorgronden wat een gesprekspartner bij een sollicitatie, managementmeeting of verkoopgesprek echt bedoelt. Analyse van woorden alleen schiet te kort, stelt Frank van Marwijk. Het gaat ook om de juiste beoordeling van iemands houding, gebaren, gezichtsuitdrukking en stemgebruik. Inzicht in deze body language helpt om de werkelijke boodschap te achterhalen. Het boek biedt niet alleen handvatten om lichaamstaal te doorgronden maar ook om deze zelf te gebruiken bij het beïnvloeden van een gesprekspartner.

264 pag. ISBN 978-94-6126-243-1. € 24,50. Haystack.

LICHAAMSTAAL



Alles wat je moet weten om mensen beter te begrijpen en te beïnvloeden



Frank van Marwijk

DE CHIEF HAPPINESS OFFICER

DOOR ELKE VAN HOOF

De term Chief Happiness Officer valt regelmatig maar gemeengoed is de functie zeker nog niet. Sinds 2014 zochten welgeteld veertien organisaties een dergelijke medewerker, meldt vacaturesite Joblift. Toch zijn er tal van redenen die pleiten voor een gestructureerde aanpak van welzijn op de werkvloer. Stress en werkdruk nemen toe, burn-outs komen veelvuldig voor. Ook het alsmar grotere beroep op de flexibiliteit van medewerkers kan hun welzijn onder druk zetten. Verder werkt iedereen langer door, terwijl de laatste loopbaanjaren zelden de meeste voldoening geven. En voor jonge mensen moet een baan allereerst inhoudelijk interessant en zinvol zijn. Genoeg werk aan de winkel dus voor een Chief Happiness Officer. Met als belangrijkste drijfveer niet bovenstaande vooral defensieve overwegingen maar juist een positieve motivator: gelukkige werknemers zorgen immers voor betere resultaten. Met haar boek wil Van Hoof iedereen ondersteunen die bijdraagt aan een welzijnsbeleid dat organisaties helpt groeien.

152 pag. ISBN 978-94-0144-449-1. € 24,99. LannooCampus.



UBER – DE WILDE RIT

DOOR ADAM LASHINSKY

Uber is het voorbeeld bij uitstek van een disruptief bedrijf; een onderneming die in korte tijd een sector volledig op zijn kop zet. Uber bouwde een simpele basisdienst – via een mobiele app klanten koppelen aan taxi- en privéchauffeurs – uit tot een miljardenbusiness in 67 landen. Adam Lashinsky's boek biedt een kijkje achter de schermen bij een van 's werelds meest besproken bedrijven. Uber's opmars bevat veel relevante ondernemerslessen. Plus een extra dimensie; waar uitdagers van de gevestigde orde altijd weerstand oproepen, is dit bij Uber in wel heel extreme mate het geval. Het bedrijf joeg tal van stakeholders tegen zich in het harnas; van concurrenten en chauffeurs tot vrouwen en toezichthouders. Al lijkt het amper mogelijk, na het verschijnen van Lashinsky's boek werd Uber's rit nog een stuk wilder. Travis Kalanick, topman en gezicht van het bedrijf, moest vanwege seksistische opmerkingen het veld ruimen. Genoeg stof voor een vervolg.

224 pag. ISBN 978-90-0035-243-2. € 19,99. Unieboek Het Spectrum.

UBER

ADAM LASHINSKY
De wilde rit

#CHEFJEZELF

DOOR RUUD POELS

De vraag hoe grip te houden op leven en werk in een wereld die alsmar sneller verandert en automatiseert, houdt veel mensen bezig. In #chefjezelf introduceert Ruud Poels daartoe havingness als waardevol hulpmiddel. Hij omschrijft deze term als het vermogen om jezelf toe te staan te ontvangen; je openstellen voor spirituele input, vertrouwen op intuïtie. Daarbij definieert het boek vier hoofdaandachtsvelden: geluk, loopbaan, inkomen en inspiratie. Door bewust aan deze knoppen te draaien, komen doelen dichterbij. Journalist Poels – in een grijs verleden ook actief voor Business – deed voor #chefjezelf ruim vier jaar onderzoek naar de nieuwe economie. Ook rondde hij een studie intuïtieve ontwikkeling af.

174 pag. ISBN 978-94-0223-945-4. € 19,99. Boekscout.





SAFARI IN AFRIKA?

Tanzania
Kenia
Madagaskar
Oeganda
Rwanda
Zimbabwe
Namibië
Botswana
Zambia
Mozambique
Seychellen
Mauritius
Zuid-Afrika



Al sinds 1979 dé Afrika specialist

Ruim 100 uitgekiende reizen vindt u op jambo.nl en in onze brochure of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat.
De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!





Redmore overgenomen door House of HR

Het Utrechtse detachings- en consultancybedrijf Redmore wordt overgenomen door het Belgische House of HR. Ingewijden geven aan dat het een van de grootste overnames is die House of HR ooit gedaan heeft, maar over financiële details van de overname wordt niets bekendgemaakt. Redmore richt zich op financiële dienstverleners en overheden. Het bedrijf heeft, met dochterondernemingen Triple A, Triple S, Talent&Pro en Profource, een jaaromzet van 100 miljoen euro. Er werken ruim twaalfhonderd mensen. Om de nationale en internationale groeiambities waar te kunnen maken, ging het bedrijf zelf op zoek naar een bedrijf dat hen kon overnemen, zo gaf topman Jan van Duijn aan. House of HR had vorig jaar een omzet van 1,2 miljard euro en is onder meer via zijn uitzenddochter Accent en enkele eerdere overnames al actief op de Nederlandse markt. Ook in onder meer Duitsland, Roemenië, Polen en Frankrijk zijn dochterondernemingen actief.

Mkb-ondernemer vaakst slachtoffer van malware

Malware (30 procent), ransomware (17 procent) en phishing (10 procent) zijn de meest voorkomende vormen van cybercrime waardoor mkb-ondernemers worden getroffen. In totaal zegt 1 op de 5 ondervraagde mkb'ers wel eens het slachtoffer geweest van cybercriminaliteit. Dat blijkt uit onderzoek van het Lectoraat Cybersecurity in het mkb van de Haagse Hogeschool, dat in samenwerking met MKB-Nederland is uitgevoerd in twintig branches. Het onderzoek van het nieuwe lectoraat van de Haagse Hogeschool, dat onder leiding van lector dr. Rutger Leukfeldt officieel van start is gegaan, laat onder meer zien dat bedrijven met meer dan 50 medewerkers significant vaker (39,1 procent van deze groep) slachtoffer zijn dan bedrijven tussen de 10 en 50 medewerkers (21,8 procent) en bedrijven van 1 tot 10 medewerkers (15,1 procent). Hoewel malware, ransomware en phishing in het mkb vaker voorkomen dan bijvoorbeeld hacking (7 procent), DoS-aanvallen (5 procent), afpersing (3 procent) en identiteitsmisbruik (3 procent), gaat het in absolute zin ook bij deze vormen van cybercrime nog altijd om grote aantallen bedrijven die erdoor worden getroffen.



Omzet detailhandel neemt met 5,8 procent toe

De detailhandel heeft in september 5,8 procent meer omgezet dan in dezelfde maand een jaar eerder. Het verkoopvolume, de voor prijsverandering gecorrigeerde omzet, valt 4,4 procent hoger uit.

Zowel de omzet van de foodsector als de non-foodsector van de detailhandel is toegenomen, zo meldde het Centraal Bureau voor de Statistiek begin november. Daarnaast is er online meer dan 23 procent omgezet. De omzet van winkels in non-food is in september

met ruim 7 procent gegroeid. Het volume was bijna 8 procent hoger dan een jaar eerder. Het is de negende maand op rij waarin zowel de omzet als het volume van de non-foodsector is gestegen, aldus het statistiekbureau. Winkels in schoenen en lederwaren behaalden de hoogste omzetsijging. Dit werd veroorzaakt door het weer. "Vorig jaar was september warm en droog, dit jaar was september koel en nat", aldus het statistiekbureau. "Hierdoor hebben consumenten in 2017 aankopen van kleding en schoenen in september gedaan, terwijl ze een jaar eerder in september deze aankopen door het goede weer (deels) voor zich uit hebben geschoven."



★★★★★
Oud London

MEETING & EVENTS

Hotel Restaurant Oud London
gelegen aan de rand van Zeist
en midden op de Utrechtse
Heuvelrug is een uitnodigende
en gastvrije plek om elkaar te
ontmoeten en professioneel
zaken doen.

Als organisator van een bijeenkomst in welke vorm dan ook, bent u gericht op het uiteindelijke resultaat. U heeft een doel voor ogen en u zoekt faciliteiten die kunnen helpen om dat doel te halen en mooier nog, die de verwachtingen van de bijeenkomst zullen overtreffen (de WOW factor!).

U zoekt dus een locatie, of beter, een partner die snapt wat u bedoelt en u helpt om de bijeenkomst te organiseren. Hoe meer input van uw kant, hoe beter wij in staat zijn u te adviseren en te faciliteren. Oud London kijkt graag met u naar uw doelstellingen en helpt u een succesvol return on "eventment" te halen.

U investeert immers in uw medewerkers, relaties en/of klanten en het resultaat moet zichtbaar worden. Leg uw vraag bij ons neer en wij vinden samen de beste oplossing.

Hotel Restaurant Oud London, Woudenbergseweg 52, 3707 HX Zeist t (0343) 49 12 45 i www.oudlondon.nl e sales@oudlondon.nl

Trends ICT-groep heeft Citocom overgenomen



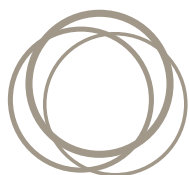
Trends, makes IT easy

Om dit te vieren en omdat wij IT security zeer belangrijk vinden geven wij 250 exemplaren weg van de bestseller over identiteitsfraude.

Ga naar
trends.nl/
gratisboek
en maak kans
op 1 van
de 250
exemplaren



ROTTERDAM AMSTERDAM UTRECHT



Landgoed Zonheuvel

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

Jij rijdt. Jij bepaalt.



K O N A

BY HYUNDAI

Rijklaar vanaf

€ 21.995

De Hyundai KONA is er.

De nieuwe KONA biedt je de connectiviteit die je verwacht en de technische innovaties die jouw leven makkelijker maken, zoals een head-up display en Smart navigation (met Apple CarPlay).

De tweekleurige lak en de keuze uit tien onderscheidende exterieurkleuren maken de KONA nog unieker...

Durf anders te zijn. Net als de nieuwe KONA. Kom snel naar de showroom en bepaal het zelf.

Ziet u ook zoveel Hyundai's de laatste tijd?

Ontdek meer op cluistra.hyundai.nl



Cluistra B.V.

Nieuwegein: Betuwehaven 1, tel. 030 - 606 2598

Veenendaal: Galileistraat 12, tel. 0318 - 529 555



5 JAAR
ONBEPERKTE
KILOMETER GARANTIE

Gecombineerd brandstofverbruik: 5,2 - 6,7 (l/100 km); CO₂ - emissie: 117 - 153 (g/km). Uitstoot is afhankelijk van gebruik. Uitstoot- en brandstofverbruikgegevens zijn gebaseerd op tests die zijn uitgevoerd volgens Europese Verordening 715/2007/EEG. Genoemde prijs is een adviesprijs en is excl. metallic lak en eventuele opties. Afgebeeld model kan afwijken van standaard uitvoering. Zie voor kosten en voorwaarden www.hyundai.nl of vraag ernaar in de showroom. Druk- en zelffouten voorbehouden. De Hyundai 5 jaar garantie zonder kilometerbeperking is alleen van toepassing op Hyundai voertuigen die initieel aan een eindgebruiker zijn verkocht door een Erkend Hyundai Dealer. De gedetailleerde garantievoorwaarden zijn per 01-01-2017 beschreven in het service & garantieboekje.