UTRECHT

Jaargang 35 | Nummer 2 | Mei - Juni 2019

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT

JOS ROVERS, HET EERSTE HUIS TRAINING & CONSULTANCY:

"WORK-LIFE? MENS ZIJN IN JE WERK!"

GREAT PLACE TO WORK
GOED WERKGEVERSCHAP DRAAIT OM VERTROUWEN

ZAKENAUTOTESTDAG 2019

ZAKENAUTO'S VOOR HET VOETLICHT

UTRECHTSE ICONEN KLAAR VOOR DE TOEKOMST
NIEUW IMPULS VOOR HISTORISCH ERFGOED

UTRECHT

BUSINESS

ELECTRIC MOBILITY EVENT

'Meer dan een haringparty'

In samenwerking met De Heeren van Maarssen en CROP Corporate Finance, geeft Utrecht Business op 14 juni een feestje.

Zo'n 250 ondernemers en bestuurders uit de Provincie Utrecht kunnen het glas heffen tijdens een haringparty waarbij het aangename (onbeperkt eten, drinken en netwerken) wordt gecombineerd met nog meer aangenaams: de aanwezigheid van de nieuwste elektrische auto's en andere elektrische vervoersmiddelen, die uitgebreid bewonderd en geprobeerd kunnen worden. Een netwerkevenement met duurzame mobiliteit als thema dus!

WILT U HIER BIJ ZIJN?

Kaarten kosten € 29,50 per stuk en kunnen worden aangevraagd via ruben@vanmunstermedia.nl of 024 - 3738502

Aanwezigen kunnen genieten van onbeperkt eten en drinken, ontmoeten andere ondernemers en bestuurders uit de regio en krijgen de kans om kennis te maken met en te leren over de aanwezige elektrische auto's en duurzame mobiliteit in het algemeen. Niet alleen gezellig dus, maar ook nog eens nuttig!

DATUM: 14 juni
TIJD: 16.00 – 19.00 uur
LOCATIE: De Heeren van Maarssen
Maarsseveensevaart 74 - 3601 CC Maarssen

OUD EN NIEUW

Utrecht groeit en is volop in beweging. Zo verrijzen aan de Jaarbeurszijde van het stadscentrum de komende jaren tal van nieuwe gebouwen voor wonen, werken en ontspanning. Aan de andere kant van het station is het middeleeuwse centrum van oudsher hét kenmerk van de stad. Ook aan die zijde gaan de ontwikkelingen op het moment hard, aangezien er uit volle macht gewerkt is en wordt aan de renovatie van een aantal historische iconen: de Domtoren, het stadhuis en het oude postkantoor. Het is mooi om te zien hoe Utrecht een stadshart creëert met een hoogwaardige combinatie van oud en nieuw. Dat de stad ook letterlijk aan het groeien is, is bij uitstek te zien in Leidsche Rijn. Voor een verhaal in deze editie van Utrecht Business gingen we op bezoek bij Pathé, de grote bioscoop en evenementlocatie die vijf jaar geleden nog eenzaam op een verder leeg stuk grasland stond. Vanaf het dakterras van het immense pand was goed te zien hoe een nieuw stuk Utrecht om het rode pand heen ontstaan is. Woningen, winkels, stadstuin, hotel, station…In korte tijd is Leidsche Rijn een volwaardig stadsdeel van Utrecht geworden, met alle mogelijkheden van dien. Een nieuw stuk van een oude stad, maar bovenal 'nóg meer Utrecht'…en daar houden wij van.

Veel leesplezier!

Teun van Thiel
teun@utrechtbusiness.nl

INHOUDSOPGAVE

6	*Het Eerste Huis:* "Work-life? Mens zijn in je werk!"
12	*Vivienne van Eijkelenborg:* 'Ik wil het verschil maken'
14	*King of the Grill:* barbecue catering op locatie
15	Watt doe jij aan energiebesparing?
16	Nieuwe impuls voor historisch erfgoed
20	*Geen ruzie op het werk* – jouw werkelijkheid of de mijne?
24	*Pathé Utrecht Leidsche Rijn:* 'Pioniers in alle opzichten'
26	*MBS:* specialist wil voorsprong behouden
29	De multidisciplinaire aanpak van Totaal Coaching
35	*Duurzame inzetbaarheid:* hoe komen we daar?
36	FC Utrecht wil zakelijke impact verder vergroten
38	Goed werkgeverschap draait om vertrouwen
40	Slot Zeist bruist!
44	*Column:* Eind goed, al goed?
45	*Healey Museum:* unieke plek voor zakelijke events
46	*Lagarde Groep:* expertise direct 'onder de knop'
50	*Column:* Minder controle, meer effect
51	Broekhuis Jaguar & Land Rover deelt passie met klanten
66	Literatuur

van munster media groep

Zakenmagazine voor ondernemers
en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 34
Mei - Juni 2019, editie 2

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
Lisa Pashouwers

DRUK
Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media BV
Jaap Kries T: 024 - 3738505
jaap@utrechtbusiness.nl

Advertentietarieven op aanvraag

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

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

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

www.utrechtbusiness.nl

53 ZAKENAUTOTESTDAG
54 Jaguar I-Pace
55 Jaguar XE 2.0
56 Range Rover Evoque
57 Alfa Romeo Giulia
58 Subaru Outback
59 Mazda 3
61 Mazda CX-5
63 DS 7 Crossback
65 Audi E-tron

tekst: Sofie fest fotografie: n.v.t.

JOS ROVERS, HET EERSTE HUIS TRAINING & CONSULTANCY:

"WORK-LIFE? MENS ZIJN IN JE WERK!"

Processen stroomlijnen, targets halen, resultaten genereren, een gecontroleerde groei realiseren; het bedrijfsleven legt zichzelf een steeds hogere druk op en de mens moet daar zijn weg maar in zien te vinden. Het Eerste Huis Training & Consultancy draait de zaak om. "Organisaties verlangen betrokkenheid en medewerkers wíllen ook graag iets van zichzelf laten zien, dus schep het juiste klimaat voor zelfontplooiing," zegt directeur Jos Rovers. "Geluk vormt de grootste werkmotivatie."

De andere kant kent hij als geen ander, met twintig jaar ervaring in het bankwezen, grotendeels in leidinggevende en directiefuncties. "Managers die haarfijn cijfers analyseren lopen daar genoeg rond. Ik merkte zelf dat ik er anders in stond en dat medewerkers mij op een andere manier bekeken. Ze kwamen langs voor een informeel praatje, een serieus gesprek, een advies, waarin ik een stukje levenswijsheid met ze kon delen. Dat deel gaf mij voldoening, maar de algehele cultuur begon me steeds meer tegen te staan, dus besloot ik tien jaar geleden een streep onder die carrière te zetten en mijn gevoel te volgen. Ik hield mezelf voor dat organisaties hun mensen iets moeten laten doen dat ze echt wíllen doen. Je hoort vaak de term work-life balance en eerlijk gezegd vind ik dat een raar woord, want het impliceert dat werk en kwaliteit van leven niet tegelijk plaatsvinden. In 2010 richtte ik Het Eerste Huis op rondom het motto: als je organisaties wilt veranderen, begin dan bij de mensen."

LAKOTA-STAM

Het verhaal van Rovers duikt al gauw de diepte in wanneer hij de bedrijfsnaam verklaart. "Die verwijst naar een eeuwenoude projecttool, ontwikkeld door de Lakota-stam in Noordwest-Amerika. Wanneer deze indianen een groot vraagstuk voor de kiezen kregen, tekenden ze een manifest in de vorm van een cirkel met acht stappen. Die liepen ze één voor één door en daarbij dienden ze telkens bepaalde vragen te beantwoorden. Wij hebben dat vertaald naar acht 'huizen' waaraan je werk zou moeten voldoen. De reis begint bij het eerste huis: intentie, datgene wat je wilt bereiken. Hoe beter je dat voorbereidt en vaststelt, hoe meer effect de volgende stappen zullen opleveren. Sjoemel je in die eerste fase een beetje, draai je eromheen, doe je alsof, dan zal de uitkomst middelmatig zijn. Helderheid over verlangen en intenties legt de basis om voldoening en kwaliteit te halen uit werk, leven, leiderschap en samenwerking. Daar plukt de gehele organisatie de vruchten van."

EIGENAARSCHAP

Volgens Rovers past deze insteek bij de tijd van nu. "Organisaties vragen van medewerkers meer dan van negen tot vijf hun programma afdraaien, hun taak uitvoeren. Ze verlangen betrokkenheid en nu komt het mooie: mensen wíllen ook graag iets van zichzelf laten zien, aangesproken worden op wie ze echt zijn en wat ze in essentie brengen, namelijk hun talenten en bevlogenheid. Het geeft hen voldoening als ze toegevoegde waarde kunnen bieden en 'eigenaarschap' ervaren, wat verder gaat dan alleen verantwoordelijkheidsgevoel. Er zit ook een component in van trots, samenhangend met een bijdrage van de mens als geheel. De juiste invulling van je rol vraagt niet alleen energie, maar gééft het ook en daar ligt een cruciale factor. Met die insteek ondersteunen wij organisaties, teams, managers en individuen in verandertrajecten, om nieuwe richtingen te vinden en om 'vastlopers' in samenwerkingen te doorbreken. Hoe? Door de mensen te betrekken in wie ze echt zijn en wat ze willen doen."

BREDERE INTELLIGENTIE

Na analyse van de specifieke sector en markt om de opdracht geëngageerd te kunnen uitvoeren start Het Eerste Huis een traject om energie in een organisatie te injecteren, zij het op een manier die Rovers als 'anders dan anders' aankondigt. "We gaan de mensen niet vermoeien met PowerPoint-presentaties, maar brengen ze rechtstreeks met elkaar in contact, stellen verdiepende vragen en halen de onderlinge relaties en de betekenis daarvan naar de oppervlakte. Dat heeft in zeer hoge mate een holistisch karakter. We kijken naar de mens als geheel, niet alleen naar het cognitieve aspect, zoals feiten en data. Tijdens de sessies doen we een beroep op de gevoelswereld, de intuïtie, waarmee we een veel bredere intelligentie aanboren en uitgebreid de tijd nemen om een veranderproces te bewerkstelligen. Dat bevat elementen als reflecteren en ontdekken, dus leren zien wat je eerst

niet zag en op die manier een doorbraak bereiken. In onze methodiek onderscheiden we vier componenten: mindfulness, Ontwikkelingsaanpakken, creatieve processen en Theory U."

GEDACHTEN BEHEERSEN

Het begrip mindfulness geniet inmiddels een redelijke bekendheid, maar Rovers licht het toch even toe. "Je ontwikkelt een bewustwording van het gegeven dat gedachten die je hebt niet automatisch bepalen wie en wat je bent. Wanneer je dat verschil gaat zien, krijg je er controle over. Dan creëer je bij jezelf het vermogen om je gedachten te beheersen, besturen, veranderen. Mensen zetten dingen vaak vast in hun hoofd. Ze zeggen tegen zichzelf: 'Ik ben moe', 'dit kan ik niet', 'daar heb je haar weer' en leggen zich daarbij neer. Wij leren hen om dat te doorbreken via mindfulness, een methode die een grote wetenschappelijke achtergrond kent. Wanneer je dit toepast, reageert je lichaam daar positief op. Je zult beter slapen, je bloeddruk daalt, je hartslag wordt rustiger en je vitaliteit neemt toe. Cognitief levert dat minder stress en meer overzicht op, wat zich binnen je handelingsrepertoire vertaalt in onder meer een hogere productiviteit en een grotere draagkracht. Mindfulness vormt het wetenschappelijke antwoord op 'druk-druk-druk'. Laat niet toe dat alles je overkomt, maar stop of vertraag, haal adem en reflecteer. Dat geeft veel ruimte om heldere keuzes te maken."

HOLLEND PAARD BESLAAN

De tweede methode die Het Eerste Huis toepast heeft een opvallende insteek. "Ontwikkelingsaanpakken gaat uit van het principe dat je iets nieuws ontwikkelt terwijl je het aan het doen bent," vertelt Rovers. "Spelenderwijs, feitelijk. Niet eerst ontwerpen en implementeren, maar op kleine schaal en gedoseerd aan de slag gaan. 'Een hollend paard beslaan' of 'een vliegtuig bouwen in de lucht', zoals sommigen het uitdrukken. Mensen willen plannen, maar dat werkt in de huidige maatschappij niet goed meer, want het vertraagt de totstandkoming en in een tijd van een markt en concurrentie die zich snel ontwikkelen loop je dan al gauw achter de feiten aan. Organisaties worden ook steeds groter en complexer, gerelateerd aan andere eisen die klanten en mensen in het algemeen stellen. De tijd van indrukwekkende plannen en geldverslindende projecten ligt echt achter ons; organisaties moeten snelheid maken."

ONTWIKKELINGSAANPAKKEN GAAT UIT VAN HET PRINCIPE DAT JE IETS NIEUWS ONTWIKKELT TERWIJL JE HET AAN HET DOEN BENT

ZELFORGANISERENDE TEAMS

In dat kader heeft Het Eerste Huis zich ontwikkeld tot een van de leidende partijen in het implementeren van zelforganiserende teams, zonder leidinggevende(n). "Mensen die op de juiste plek zitten, aansluitend bij hun talenten en vaardigheden, kunnen prima autonoom aan de slag. Voorwaarde is dan wel dat ze hun werk, hun bijdrage als zinvol beschouwen en daarin hun motivatie vinden. Wetenschappelijk onderzoek heeft uitgewezen dat professionals zonder aansturing zelfs beter functioneren. Leiding werkt dikwijls contraproductief. Vergelijk het wanneer een puber 's winters het huis verlaat en moeder zegt: 'Doe een sjaal om.' Dingen die je allang weet toch te horen krijgen, dat maakt je een beetje narrig. Het gedrag van een manager vormt de meest voorkomende reden voor mensen om een bedrijf te verlaten, veel meer dan de inhoud van het werk en de organisatie. Overigens is het een misverstand dat binnen zelforganiserende teams iedereen alleen maar zelfstandig zijn taak uitvoert. Je legt met elkaar een heldere structuur vast, met een onderlinge koppeling van werkzaamheden, verantwoordelijkheden en flexibele rollen. Daaromheen richt je nieuwe vormen van werk en overleg in, waarbij volop ruimte voor checks en balances bestaat."

WIJSHEID EN INTELLIGENTIE

Creatieve processen en Theory U licht Rovers in één keer toe, vanwege de sterke onderlinge samenhang. “De mens beschikt van nature over veel wijsheid en intelligentie, die we echter niet in de volle bandbreedte aanboren. Vaak benadrukken we de cognitie, de ratio, het denken. Intelligentie ligt echter ook op het fysieke, emotionele en spirituele vlak. Een voorbeeld van dit laatste is de vraagstelling: ‘Wat betekent dit of dat voor mij en hoe vormt het me als mens?’ Wanneer je je daarvan bewust wordt en de onderlinge samenhang tussen deze aspecten gaat doorzien, leg je verbindingen en verkrijg je inzichten. Die kenmerken zich door een blijvend karakter, in tegenstelling tot veranderingen, die je altijd kunt terugdraaien. Het complete palet van intelligentie, sensoren, wijsheid en informatie geeft een ongelooflijke en vaak verrassende verdieping in je eigen ik en dat stelt je in staat om je dagelijks functioneren positief te beïnvloeden.”

SOCIAAL SYSTEEM

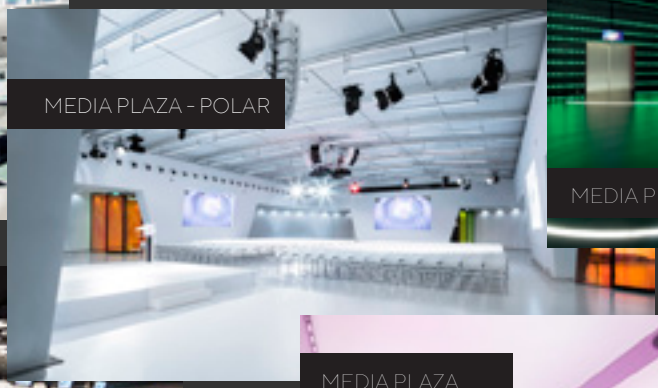
Het Eerste Huis richt zich volgens Rovers niet op een leerproces van buiten- of bovenaf, maar van binnenuit, met een impuls om het echt te willen en te doen. “Geluk geldt als de grootste werkmotivatie en geeft je de energie om te ontplooien. Wanneer wij met groepen aan de slag gaan, zoals een team, een MT of een gehele organisatie, kijken we naar het gehele systeem, met de onderlinge samenwerking en ieders rol daarin. Het begint met het kweken van onderling vertrouwen. We brengen mensen met elkaar in gesprek en stimuleren hen om over hun beleving van situaties te praten. Daarna bewegen we stapsgewijs toe naar een andere manier van samenwerken. MBA-opleidingen leren managers te sturen op resultaten, doelen, KPI’s en dat is op zichzelf prima, maar het komt pas echt tot zijn recht wanneer het sociale systeem binnen je organisatie goed functioneert. Veel partijen oriënteren zich vooral op mentale modellen, maar het mens-zijn ligt veel genuanceerder en vraagt om een veel bredere kijk. Daar ligt de kracht van Het Eerste Huis. Met een uitgebreid netwerk van trainers, psychologen, consultants en andere specialisten ontwikkelen we organisaties succesvol vanuit de menselijke kant en dat levert ons heel loyale klanten op.”

Meer informatie: www.het eerstehuis.nl

VOOR IEDERE BIJZONDERE ONTMOETING DE JUISTE JAARBEURSLOCATIE

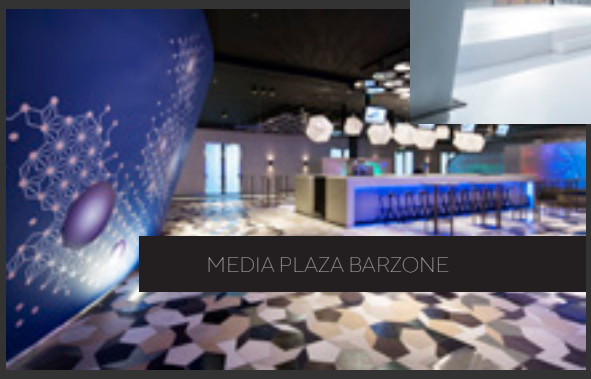
WE INSPIREREN, MOTIVEREN EN ACTIVEREN DOOR WAARDEVOLLE LIVE EVENTS TE CREËREN. VAN GROOTSCHALIGE PUBLIEKS- EN VAKBEURZEN EN EVENEMENTEN TOT ZAKELIJKE BIJEENKOMSTEN EN CONGRESSEN: DE MOGELIJKHEDEN ZIJN EINDELOOS IN ONZE BIJZONDERE JAARBEURSLOCATIES.

MEDIA PLAZA - MISSION

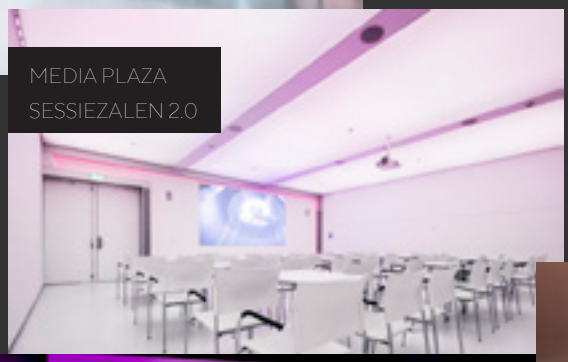


MEDIA PLAZA - POLAR

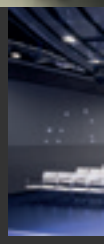
MEDIA PLAZA - TRANSITZONE

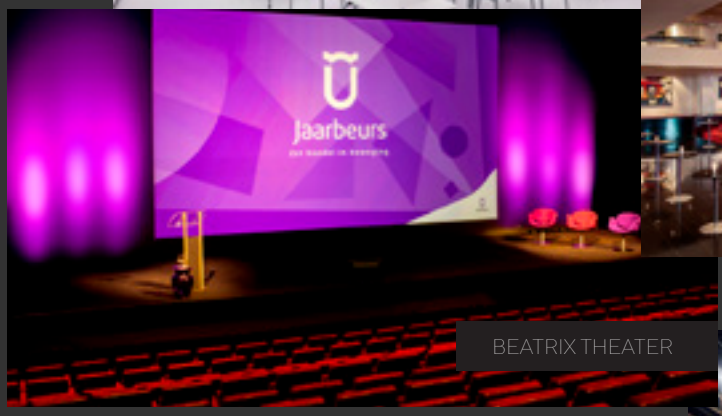


MEDIA PLAZA BARZONE

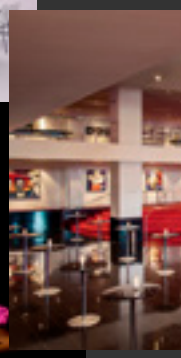


MEDIA PLAZA SESSIEZALEN 2.0





BEATRIX THEATER



Jaarbeurs Media Plaza
Media Plaza is een van de meest innovatieve congres- en vergaderlocaties in Europa, opgebouwd uit 25 foyers en sessiezalen. Miljoenen led-lampjes, innovatieve toepassingen en ultramoderne faciliteiten in beeldprojectie, geluidseffecten en inrichting geven elke ruimte een uniek karakter. Hier worden zintuigen geprikkeld, interactie gecreëerd en de boodschap helder verwoord. Een stap vooruit met je gasten: daar staat het moderne Media Plaza voor. Beschikkend over meerdere grote congreszalen die te combineren zijn met kleinere ruimtes voor breakout-sessies en barzones voor netwerkborrels.
jaarbeurs.nl/mediaplaza

Vergadercentrum Jaarbeurs MeetUp
Jaarbeurs MeetUp biedt flexibele vergaderzalen voor 2 tot 240 mensen, heeft een eigen parkeerterrein en is 7 dagen per week geopend, ook ´s avonds. Hoogwaardig design en optimaal beeld en geluid zorgen voor strak vormgegeven settings die inspireren en uitdagen. Het mag duidelijk zijn: over een locatie als deze, hoef je in elk geval niet lang te vergaderen.
jaarbeurs.nl/meetup

Jaarbeurs Beatrix Theater
Het Beatrix Theater is met recht een ware parel op Nederlands theatergebied en een icoon in Utrecht. Maar bovenal: een zeer geschikte congreslocatie met een uitzonderlijke ambiance. Je genodigden worden hier uiterst stijlvol ontvangen met zacht, rood tapijt, glimmend zwart marmeren tegels en prachtige kroonluchters en kunstwerken. In de oplopende theaterzaal kunnen 350 tot 1500 personen terecht. Een plenaire sessie is bijna oneindig uit te breiden met de Expozaal en de sessiezalen van Jaarbeurs MeetUp.
jaarbeurs.nl/beatrixtheater

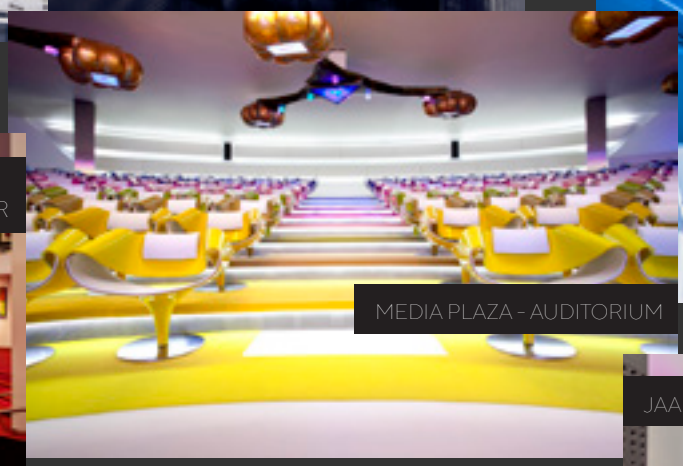
Achter elke vierkante meter van onze bijzondere locaties gaat 100 jaar evenementenervaring schuil. De Jaarbeurs adviseurs maken het verschil in advisering, kennis en executie. Ze denken en helpen concreet mee groei te realiseren. Voor werkelijk elk soort event. Jaarbeurs maakt je groter. Bedenk wat je daar zakelijk allemaal mee kunt bereiken, in het hart van Nederland.

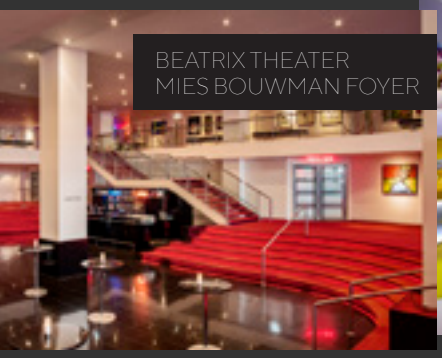
Neem contact op met een van onze Jaarbeurs experts:
Telefoonnummer: 030 295 58 81
E-mail: events@jaarbeurs.nl

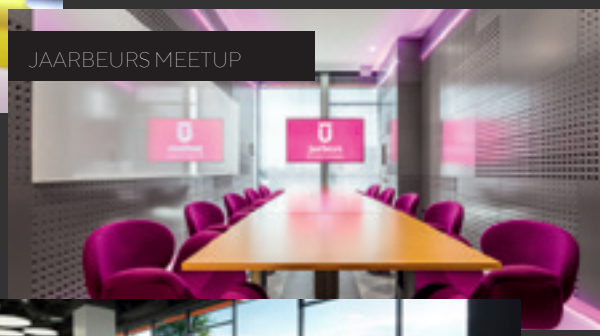
MEDIA PLAZA - QUEST/EXPEDITION

MEDIA PLAZA - PROGRESS

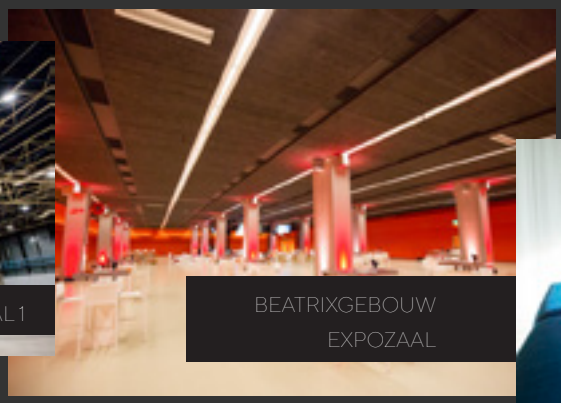
JAARBEURS MEETUP

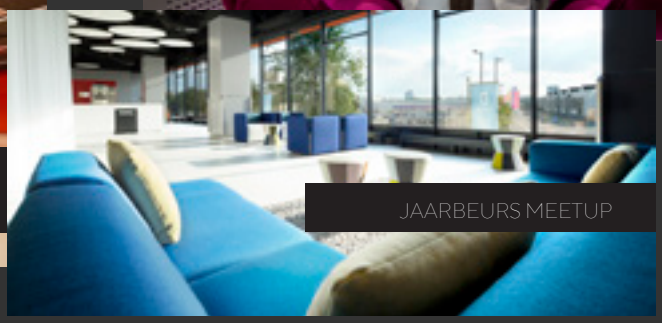

MEDIA PLAZA - AUDITORIUM


BEATRIX THEATER
MIES BOUWMAN FOYER


JAARBEURS MEETUP

HAL 1


BEATRIXGEBOUW
EXPOZAAL


JAARBEURS MEETUP

Jaarbeurs Hallencomplex
Iedereen is er wel 1 of 2 keer in zijn of haar leven geweest: de Jaarbeurshallen. Het multifunctionele hallencomplex kent een zeer uitgebreide infrastructuur. De maar liefst 11 hallen zijn voorzien van alle mogelijke faciliteiten en is daarmee geschikt voor de meest uiteenlopende activiteiten waaronder grotere congressen, beurzen, evenementen, feesten en concerten. *jaarbeurs.nl/hallen*

Jaarbeurs

Tekst Hans Hajée Fotografie: Tetsuro Miyazaki

DE UITDAGINGEN VAN VIVIENNE VAN EIJKELENBORG (DIFRAX)

'IK WIL HET VERSCHIL MAKEN'

Difrax is marktleider in Nederland met babyproducten. Ook internationaal timmert het Bilthovense bedrijf stevig aan de weg. Het is de verdienste van CEO Vivienne van Eijkelenborg, Zakenvrouw van het Jaar in 2016. "Jonge vrouwen lijken ambitieuzer, minder terughoudend dan mijn generatie destijds. Het old boys-netwerk heeft zijn langste tijd gehad."

Op haar achttiende wist ze het zeker: werken in het bedrijf van haar ouders Dimphna en Frank – Difrax; dat nooit. Trainee bij grote concerns en dan de wijde wereld in; dat was het pad zoals Vivienne van Eijkelenborg het voor zichzelf zag. Na een studie bedrijfskunde ging ze aan de slag bij V&D en DA. "Inkoop en verkoop, een waardevolle leerschool."
Na haar vertrek bij DA maakt ze toch de overstap naar Difrax. "Aanvankelijk voor een jaar. Reken nergens op, zei ik tegen mijn ouders." Maar al snel werd Van Eijkelenborg gegrepen door de mogelijkheden van het bedrijf. "Babyproducten waren destijds vooral roze en blauw; de truttigheid ten top. Qua uitstraling en design was er nog een wereld te winnen. Verder was Difrax alleen actief in Nederland. Met jeugdig enthousiasme zag ik alle kansen om de wereld te veroveren."

NIEUWE ROLLEN

Voldoende reden om in 1999 het roer over te nemen van haar ouders. "Daarbij hebben we heldere zakelijke afspraken gemaakt. Ik kocht het bedrijf voor de volle 100% en was financieel volledig verantwoordelijk. Alle risico's lagen bij mij en ik kon mijn eigen keuzes maken. Dat zorgde voor duidelijkheid. Mijn ouders zijn nog een aantal jaren bij het bedrijf betrokken gebleven. We gaven elkaar de ruimte voor onze nieuwe rollen. Daar ben ik erg dankbaar voor."
Van Eijkelenborg zette vol in op productontwikkeling. "Om het aanbod te optimaliseren, heb ik veel gesproken met artsen en deskundigen. We ontwikkelen alle producten zelf, met eigen mallen. De combinatie van innovatie, kwaliteit en een aantrekkelijke vormgeving is hét onderscheidend vermogen van Difrax."

CRUCIALE PARTNERS

Tweede speerpunt is internationale groei. Difrax-producten zijn verkrijgbaar in ruim twintig landen. "Met sommige artikelen hebben we in Nederland ruim 40% marktaandeel. Groei moet dus uit het buitenland komen. Daar komt bij dat de ontwikkeling van producten zoals de kolf en flessenwarmer kostbaar is. Om die investeringen terug te verdienen, is veel volume nodig."
Overal worden baby's geboren, alle ouders willen het beste voor hun kinderen. "Bij onze producten draait het om vertrouwen. Daarom moeten we het verhaal van Difrax in elk land voor het voetlicht brengen. Een intensief traject waarbij distributeurs een sleutelrol spelen. Het vinden van de juiste partners is cruciaal voor buitenlands succes."

BEKRONING MET EEN MISSIE

De prestaties van Vivienne van Eijkelenborg bleven niet onopgemerkt. In 2016 werd zij Zakenvrouw van het Jaar. "Een bekroning met een missie. Door mijn verhaal te delen, hoop ik mijn ambitie over te brengen op andere vrouwen en ze vertrouwen te geven dat het kan! Onderliggende drijfveer is de overtuiging dat Nederland baat heeft bij gemengde teams met een substantieel aandeel vrouwen. Niet alleen in het bedrijfsleven, ook in de politiek, onderwijs en zorg."
De parttimecultuur zorgt er volgens Van Eijkelenborg voor dat mannen dominant zijn in de vijver met toptalent. "Dat moet veranderen. Zoiets lukt alleen als meer vrouwen lef tonen en topfuncties ambiëren. Vrouwen hebben wel de neiging om als ze 70% van een uitdagende nieuwe baan beheersen, te denken dat zij onvoldoende gekwalificeerd zijn. Mannen zien dat amper als een belemmering."
Los van talent en vaardigheden zijn vlieguren nodig om succesvol te zijn. "Dat betekent offers brengen en keuzes maken. Je betaalt een prijs. Ben je daartoe bereid dan is er veel mogelijk. Daarbij helpt het als vrouwen die ervoor gaan, gesteund worden door hun omgeving. Niet alleen moreel, ook praktisch. Want de combinatie van carrière en gezin is voor vrouwen nog altijd lastiger dan voor mannen."

'HET IS RAZEND MOEILIJK OM EEN MERK INTERNATIONAAL UIT TE BOUWEN'

OLD BOYS, YOUNG GIRLS

Van Eijkelenborg ziet een positieve tendens. "Onlangs volgde ik een opleiding voor commissarissen aan Nyenrode. Ruim een derde van de deelnemers was vrouw. Ik denk echt dat het old boys-netwerk zijn langste tijd gehad heeft. Jonge vrouwen lijken ambitieuzer, minder terughoudend dan mijn generatie destijds. Dat is hoopgevend."

"Nederland heeft baat bij gemengde teams met een substantieel aandeel vrouwen"

TOVERFEE MET ZELFSPOT

Difrax-producten zijn bedoeld voor kinderen van nul tot vier. "We moeten dus telkens nieuwe klanten aan ons binden. Eerdere ervaringen van familie en vrienden spelen een belangrijke rol." De boekjes die Difrax uitgeeft, helpen om de klantrelatie te verstevigen. Onderwerpen zijn onder meer voeding en zindelijkheid. "Op een speelse manier geven we hiermee advies aan jonge ouders. De boekjes zijn in meerdere talen uitgebracht en worden enthousiast ontvangen." Vivienne van Eijkelenborg figureert er zelf in, als heuse toverfee. "Enige zelfspot op zijn tijd is een gezonde eigenschap."

Als inderdaad meer vrouwen topfuncties nastreven, moeten ze wel gevraagd worden. "Stichting Topvrouwen beschikt over een grote database met hooggekwalificeerde kandidaten. Daar kan nog veel meer gebruik van worden gemaakt." De opmars van vrouwen gaat gestaag maar langzaam. Over quota twijfelt de Difrax-CEO echter. "Je wilt dat je wordt gevraagd omdat je de beste papieren hebt voor een job, niet omdat je vrouw bent."

NIET SCHRIKKEN

In 2019 staat Vivienne van Eijkelenborg twintig jaar aan het roer van Difrax. "In het begin ben je onbevangen. Dat draagt bij aan de drive die elke ondernemer nodig heeft en ik nog altijd ervaar. Een andere cruciale eigenschap is veerkracht. Ik schrijf trouw een jaarplan maar het loopt altijd anders. Je moet flexibel zijn, om kunnen gaan met teleurstelling en tegenslag. Ervaring helpt daarbij. Ik schrik niet zo snel meer."
Toch is ondernemerschap soms eenzaam. "Voor mijn ontwikkeling heb ik veel aan Entrepreneurs' Organisation, een wereldwijd netwerk met 12.000 ondernemers. Zij bieden tal van opleidingen aan die je zowel zakelijk als persoonlijk verder brengen. Ook het onderling uitwisselen van ervaringen is zeer waardevol. Ik heb er geleerd om open te zijn over valkuilen en tegenslagen. Daar leer je veel meer van dan van succesverhalen." Van Eijkelenborg was president van de Nederlandse afdeling van Entrepreneurs' Organisation. Nu leidt ze de Europese Regio met negentien chapters. "Ik geloof in ondernemerschap en ondernemers; zij kunnen van grote betekenis zijn. Niet alleen in hun bedrijf, ook voor de maatschappij. Daaraan lever ik graag een bijdrage."

ONGEDULDIG

Bestuursfuncties zoals bij Entrepreneurs' Organisation geven Van Eijkelenborg de prikkels en afwisseling die zij nodig heeft. "Ik ben ongeduldig, wil me op allerlei gebieden blijven ontwikkelen en het verschil maken. Maar ook binnen Difrax zijn er uitdagingen genoeg. Productinnovatie blijft een continu aandachtsveld. En vergis je niet; het is razend moeilijk om een merk internationaal uit te bouwen. In verschillende culturen moeten we telkens de passie voor het merk overbrengen. Een forse klus, maar onze producten verdienen het. Daarmee draagt Difrax bij aan de gezondheid van kinderen en het welbevinden van hun ouders. Het vergroten van die impact zie ik als mijn belangrijkste opgave."

KING OF THE GRILL VERZORGT COMPLETE BARBECUE CATERING OP LOCATIE

Het knisperen van smeulend hout, de geur van ambachtelijk bereid vlees... Onze passie voor barbecue zit diep. Zo diep, dat wij tien jaar geleden al werkten met onze smokers, zelfs toen nog niemand hiervan gehoord had. En die passie delen we ook graag met jou. King of the Grill verzorgt complete barbecues op locatie in Nederland en België, van de hapjes vooraf tot een uitgebreid dessert als kers op de taart. Regel jij de gasten, dan zorgen onze grillmasters voor de rest!

VAN BBQ BITES TOT DESSERT

Geniet van een compleet verzorgde barbecue beleving! De perfecte barbecue kenmerkt zich door haar typische geur van vuur, ouderwetse gezelligheid en het lekkerste eten. Bij King of the Grill doen we er alles aan om zo'n bijzondere barbecue beleving op locatie te verzorgen. Op onze originele Amerikaanse smoker van vijf meter lang bereiden wij op ambachtelijke wijze vlees-, vis- en andere gerechten. Doordat wij alles op echt hout grillen en roken, kunnen wij lekker, eerlijk eten met een rokerige barbecue smaak garanderen.

BARBECUE CATERING VOOR GROTE GROEPEN

Van bedrijfsfeest tot bruiloft; barbecueën voor grote groepen is onze specialiteit. We verzorgen hierbij niet alleen het vlees en andere warme gerechten, maar maken uiteraard ook graag frisse salades en andere heerlijke bijgerechten voor je klaar. Wat dacht je van gemarineerde gamba's 'Cajun style', of rijkelijk gevulde tomaten? En de perfecte barbecue sluit je natuurlijk in stijl af met een verrukkelijk dessert, want… zonder toetje, geen barbecue!

Wil jij je nergens zorgen om hoeven te maken en genieten van een compleet verzorgde barbecue beleving? King of the Grill vult haar barbecue catering op locatie snel en makkelijk aan met haar eigen bars, bediening en een divers assortiment aan drank. Een gezellige barbecue gaat namelijk hand in hand met een goed gevuld glas. Wij zorgen voor bier uit de tap en serveren dit in onze eigen pullen. Met de juiste sfeermakers achter de bar kan het niet anders dan dat jouw bedrijfsfeest of bruiloft een groot succes zal zijn!

BARBECUE CATERING OP LOCATIE: ORIGINEEL, ROBUUST EN SFEERVOL

Voor onze barbecues op locatie zetten we een stoere open keuken op. De unieke stalen meubels en festivalverlichting sluiten perfect aan bij de robuuste beleving van onze barbecues. Smaak en sfeer vullen elkaar aan, precies zoals dat hoort. Stoer eten vraagt ook om een stoere uitstraling, nietwaar? Onze opstelling en vakkundige werkwijze zorgen voor de ultieme barbecue beleving!

BARBEQUE'S VAN KING OF THE GRILL – KEUZE UIT DIVERSE BARBECUE MENU'S

King of the Grill maakt gebruik van verschillende barbecue methodes, waaronder hot & fast en low & slow. Voor elke methode, elke smaak hebben wij de perfecte barbecue in huis. Onze grote smokers zijn flexibel inzetbaar en kunnen gebruikt worden voor alle barbecue methodes. Kies jij voor een authentieke grill smaak? Dan nemen wij de barbecues mee waarop we direct het vlees kunnen grillen. Ten slotte beschikt King of the Grill over een traditioneel varkensspit, voor de échte Bourgondiërs onder ons.

DE BESTE BARBECUE CATERING OP LOCATIE!

Authentiek en robuust barbecueën, wij doen het al jaren. Ruim tien jaar geleden reden wij al met onze extended smoker trailers door het land, zelfs voordat de hype rondom food festivals begon. Met onze jarenlange ervaring en vakkundige grillmasters zijn wij van King of the Grill de beste barbecue cateraar van Nederland. We verzorgen complete Amerikaanse barbecues op locatie en gebruiken hiervoor unieke producten. Traditionele recepten zijn door ons tot in de details geperfectioneerd en doorspekt met passie en vakmanschap. En dat proef je.

SPECIALITEITEN VAN KING OF THE GRILL

King of the Grill geeft Amerikaanse klassiekers een moderne twist. Met kruidige rubs en marinades geven wij vlees en vis een sensationele smaak, en met de juiste sauzen en frisse salades is de barbecue compleet. Geniet van onze specialiteiten, zoals de 'brisket'. Een heerlijk zacht stuk rundvlees dat na zestien uur roken op onze barbecues letterlijk smelt op de tong. Of kies voor een mals gemarmerde rib-eye, die door het hete vuur perfect gegaard is. Ten slotte mag een verse zalm niet ontbreken. We garen de vis heel langzaam in onze smoker, zodat je die warm gerookte smaak echt kan proeven. Ook onze gekruide gamba's doen het goed op bedrijfsfeesten, bruiloften en andere gelegenheden. Door welke klassieker laat jij je verrassen?

VANAF 1 JULI WETTELIJKE INFORMATIEPLICHT ENERGIEBESPARING

WATT DOE JIJ AAN ENERGIEBESPARING?

Vanaf 1 juli 2019 geldt de Informatieplicht Energiebesparing voor alle bedrijven die jaarlijks vanaf 50.000 kWh of 25.000 m3 aardgas(equivalent) verbruiken. Valt uw bedrijf in die categorie? Dan moet u vóór die datum alle uitgevoerde energiebesparende maatregelen rapporteren in het eLoket van RVO. Wilt u weten hoe dit werkt en wat u binnen uw bedrijf kunt doen aan energiebesparing? VNO-NCW Midden en MKB-Nederland Midden helpen u graag verder.

WATT EN HOE

De Informatieplicht Energiebesparing is een uitbreiding van de Wet milieubeheer, die sinds 1993 van kracht is. Daarin is vastgelegd dat bedrijven vanaf een bepaald energieverbruik maatregelen moeten nemen om energie te besparen. Vanaf 1 juli 2019 zijn zij ook verplicht om de genomen maatregelen te rapporteren.

ONDERSTEUNING

Voor ondersteuning van ondernemers die aan de Informatieplicht moeten voldoen is MKB-Nederland de campagne 'Watt je moet weten over de Informatieplicht' gestart. VNO-NCW Midden en MKB-Nederland Midden zijn regionaal partner van de campagne. We proberen zoveel mogelijk bedrijven te bereiken, offline door informatiebijeenkomsten te organiseren en online via een speciale website en energiescans. Begin in ieder geval met het doornemen van het stappenplan, om te checken of u aan de energiebesparings- en/of Informatieplicht moet voldoen en welke acties dan nodig zijn. Een van de stappen is bijvoorbeeld het aanvragen van een eHerkenning om in te loggen op het eLoket van RVO. Vraag die zo snel mogelijk aan om niet in tijdnood te komen.

ERKENDE MAATREGELEN

Om gemakkelijker aan de energiebesparingsverplichting te voldoen, is vanaf 2015 voor negentien bedrijfstakken een 'Erkende Maatregelenlijst' (EML) opgesteld. Valt uw bedrijf binnen één van die bedrijfstakken? Dan voldoet u automatisch aan de energiebesparingsverplichting als u alle erkende maatregelen doorvoert die op uw bedrijf van toepassing zijn. De EML geeft u dus meer houvast.

'WATT JE MOET WETEN OVER DE INFORMATIEPLICHT'

WATT EN WAAROM

De bedoeling van de Informatieplicht Energiebesparing is dat MKB-bedrijven bewuster omgaan met energie en bijdragen aan het terugdringen van de CO2-uitstoot. Het mooie is, dat veel van die energiebesparende maatregelen zich binnen vijf jaar terugverdienen. U investeert dus op een kostenneutrale manier in een meer duurzame en zuinige bedrijfsvoering. Dat scheelt!

CONTACTPERSOON

Helga Brenninkmeijer
Regiomanager VNO-NCW provincie Utrecht en MKB-Nederland Utrecht
h.brenninkmeijer@mkb.nl

UTRECHTSE ICONEN KLAAR VOOR DE TOEKOMST

NIEUWE IMPULS VOOR HISTORISCH ERFGOED

Aan de Jaarbeurszijde van het Utrechtse centrum verrijzen de komende jaren tal van nieuwe gebouwen voor wonen, werken en ontspanning. Aan de andere kant van het station is het middeleeuwse centrum van oudsher hét kenmerk van de stad. Daar wordt hard gewerkt aan de renovatie van een aantal historische iconen. Zo creëert Utrecht een stadshart met een hoogwaardige combinatie van oud en nieuw.

De steigers rond de Domtoren zijn van verre zichtbaar. Utrechts ultieme landmark ondergaat een ingrijpende restauratie. De bouw van de Dom startte in 1254, als voortzetting van een Romaanse kathedraal. Nederlands hoogste kerk kent een bewogen geschiedenis. Tot 1580 katholiek, daarna vrijwel onafgebroken protestants. Het middenschip stortte in bij een storm in 1674. Sindsdien zijn toren en kerk gescheiden.

STEEN VOOR STEEN

Geld voor onderhoud was door de eeuwen heen vaak een probleem. De toren raakte in verval en stond zelfs op instorten. Zo ver kwam het gelukkig niet. De laatste grote restauratie dateert uit 1975. Uit de jaarlijkse inspecties bleek dat groot onderhoud nodig is. Zwaartepunt van de actuele restauratie ligt bij het achtkantige torendeel tussen 70 en 95 meter hoogte, de zogenaamde lantaarn. Dit gedeelte bestaat grotendeels nog uit het originele middeleeuwse tufsteen. “Wij hebben alle blokken in kaart gebracht en bekijken per steen wat het beste is: niets doen, repareren of vervangen,” vertelt restauratie-architect Erik Jan Brans op de site van de provincie Utrecht. Hij is werkzaam bij architectenbureau Rothuizen dat het plan voor de restauratie opstelde. “We zoeken naar de beste manier om de historie van de toren te behouden en tegelijkertijd vijftig jaar verder te kunnen zonder groot onderhoud. We proberen zoveel mogelijk te behouden; bij de oude stenen is soms zelfs nog de slag van de middeleeuwse steenhouwers te zien.”

COMPLEX EN KOSTBAAR

De restauratie van de Dom is niet alleen een complexe, maar ook een kostbare klus. Een eerste aanbesteding in 2017 was zonder resultaat. Een volgende poging was wel succesvol. De opdracht is gegund aan aannemer Nico de Bont, het bedrijf dat ook verantwoordelijk is voor restauratie van de Domkerk.
Het opknappen van de Domtoren kost naar verwachting ruim 37 miljoen euro en zal vijf jaar zal duren. Gemeente, provincie en Rijk leveren een bijdrage. Aanvullende subsidiemaatregelen worden onderzocht. Ook wordt een beroep gedaan op particuliere fondsen en crowdfunding. Voorbeeld van dat laatste is Utrechts Eigen Dom. Via deze stichting kunnen burgers en bedrijven de restauratie financieel ondersteunen.

MARKANT EN MULTIFUNCTIONEEL

Joop Crouwel jr. ontwierp het postkantoor aan de Neude. Het markante gebouw in de stijl van de Amsterdamse school werd in 1924 opgeleverd. Menigeen stond er in de prachtige hal in de rij voor postzegels, girobetaalkaarten of concerttickets.
Op 28 oktober 2011 viel het doek, als allerlaatste zelfstandige postkantoor van Nederland.
Na een aanvankelijk moeizame zoektocht – midden in crisistijd – krijgt het gebouw een nieuwe bestemming met een mix van functies. De bijbehorende metamorfose tot Post Utrecht is in volle gang. Meest prominente gebruiker wordt de Centrale Bibliotheek dat er haar collectie van ruim 160.000 boeken zal onderbrengen. Daarvoor zijn 979 boekenkasten nodig. Verder krijgt de nieuwe bibliotheek zo’n tweehonderd studieplekken, een film- en theaterzaal en een restaurant. Jaarlijks worden ongeveer een miljoen bezoekers verwacht.

FOOD, BUITENSPORT, LIFESTYLE

Ahold huurt ruim 1.800 m² in het souterrain van Post Utrecht. Hier komt een foodmarkt waarbij beleving centraal staat en die bereikbaar wordt via een nieuwe ingang aan de Potterstraat. Het souterrain zal ook ruimte bieden aan een fietsenstalling met ruim 1.000 plaatsen. Buitensportwinkel Bever krijgt een plek in de nieuwe aanbouw van twee verdiepingen aan de Oudegrachtzijde. Ook de Deense lifestyleketen Søstrene Grene vestigt zich in Post Utrecht. Hiermee is 90% van het gebouw verhuurd. Het project is een ontwikkeling

Utrechts ultieme landmark ondergaat een ingrijpende restauratie.

"OUD EN NIEUW GAAN HEEL GOED SAMEN"

MONUMENTAAL is het toonaangevende magazine over wonen, werken en ontspannen in een klassieke ambiance. Het tijdschrift fungeert als wegwijzer in historisch erfgoed; restauraties en herbestemming krijgen veel aandacht. "Restaureren is kijken, onderzoeken en je verdiepen in het object en zijn geschiedenis," zegt Paul de Gram, mede-uitgever en hoofdredacteur van MONUMENTAAL. "Herbestemmen is een nieuwe functie binnen dat object. Doel is om die twee met elkaar te verbinden. Wat kan wel en wat kan niet, als met respect gekeken wordt naar wat de architect uit het verleden krijgt aangereikt. Wat kun je met toepassing van nieuwe materialen, hoe voeg je verantwoord andere functies toe?"

Sporen uitwissen

Architecten kunnen zich volgens De Gram niet altijd inhouden. "Zij proberen dan hun eigen monument te creëren binnen de herstemming. Wat vaak een redelijk behoud en herstel van het oorspronkelijke uiterlijk van gevel of complex betekent, maar soms tegelijk een uitpelling van het interieur tot gevolg heeft. Tal van historische details verdwijnen dan. Het spoor van een deel van de bouwgeschiedenis is uitgewist en niet meer te volgen. Het aangereikte verleden raakt ondergesneeuwd in de nieuwe functie. Jammer, want wat uitgevlakt wordt en later alsnog belangrijk wordt gevonden, is niet terug te halen. Het nieuwe overheerst."

Schande voor badplaats

Oud en eigentijds kunnen heel goed samengaan, als er maar goed over wordt nagedacht. "Dat geldt niet alleen voor het monument zelf, ook voor zijn omgeving, de biotoop," stelt De Gram. Daar moet een lokale overheid in het vergunningentraject op inspelen. "Voorbeeld hoe het mis kan gaan: de omgevingsinvulling van het Kurhaus in Scheveningen. Een ramp, niet voor niets uitgeroepen tot een van de lelijkste bouwplekken van Nederland. Alle grandeur rond het Kurhaus is verdwenen en vervangen door nietszeggende nieuwbouw. Het gemeentebestuur stond erbij en keek ernaar. Wat er nu staat, is een schande voor de badplaats."

Ademende monumenten

Verduurzaming is ook bij monumenten een hot item. Maar de inzet van actuele technieken luistert nauw. "Door hoge niveaus van ventilatie en lage niveaus van verwarming hebben materialen en constructies vaak vele eeuwen doorstaan. Grote veranderingen – denk aan kierdichting of isolatie – kunnen daar in korte tijd een einde aan maken. Monumenten moeten kunnen 'ademen' waarbij materiaal gemakkelijk vocht moet kunnen afstaan. Dat is essentieel voor het behoud van het gebouw en zorgt voor een gezond binnenmilieu voor de bewoners. Belangrijk om rekening mee te houden bij het isoleren van daken, gevels en vloeren."

Foto Nicolette Biessels

van belegger a.s.r. real estate in samenwerking met MRP Development en FiMek estate. Als alles volgens plan verloopt, worden de delen van Post Utrecht vanaf medio 2019 gefaseerd opgeleverd. De opening van de bibliotheek is voorzien in de eerste helft van 2020.

HISTORISCH ENSEMBLE

Waar de werkzaamheden aan Domtoren en postkantoor nog in volle gang zijn, werd het Utrechtse stadhuis op 9 mei 2019 officieel heropend na een intensieve verbouwing. Het historische ensemble beslaat het hele blok tussen Stadhuisbrug, Ganzenmarkt, Korte Minrebroederstraat en Oudkerkhof. In 1997 kreeg de Spaanse architect Enric Miralles de opdracht om er een open, bereikbaar complex van te maken. Met respect voor de geschiedenis voegde hij aan de achterzijde nieuwe elementen toe. De bezoekersingang van het stadhuis werd verplaatst naar de Korte Minrebroederstraat.

ONDERDEEL VAN DE STAD

Om de functies van het stadhuis – zetel van het stadsbestuur, vergaderplek voor de gemeenteraad, trouwlocatie – adequaat te kunnen blijven vervullen, was renovatie en verduurzaming hard nodig. Een restauratieplan van het Amersfoortse Van Hoogevest Architecten vormde de basis voor de werkzaamheden die in juni 2018 van start gingen. Voor de renovatie was het stadhuis een vol gebouw met veel gangen en ruimtes. Het gebouw is nu open. De historische opbouw van de middeleeuwse panden is goed te zien, oude scheidingsmuren zijn weer te herkennen. Vloerbedekking markeert de overgang tussen de verschillende panden. De oorspronkelijke hoofdtoegang aan de Stadhuisbrug is in ere hersteld. Daarmee is het gebouw weer onderdeel van de stad. Verschillende ontwerpers creëerden nieuwe meubels voor het stadhuis. Hieronder ook het bureau Miralles Tagliabue EMBT, verantwoordelijk voor de eerdere uitbreiding.

INSPIRATIEVOORBEELD

Verduurzaming was een belangrijke doelstelling bij de renovatie van het stadhuis. Er is gekozen voor een aanpak waarbij duurzaamheid en monumentwaarde van het historische complex in zorgvuldige balans zijn gehouden. Daarvoor is de zogenoemde DuMo-methode gebruikt. Hierbij worden zowel de energieprestatie als het behoud van monumentwaarde meegewogen. Uitgangspunt is een aanpak op maat. Immers, wat voor het ene monument een passende oplossing is, kan voor een ander object minder geschikt zijn. Bij het Utrechtse stadhuis is gekozen voor isolatie van de buitenschil. Er is nieuw monumentaal gelaagd glas en monumentaal glas met spouw toegepast en er is een balansventilatiesysteem toegevoegd. Op binnendaken zijn zonnepanelen geplaatst, onder de dakpannen bevindt zich een zonnewarmtesysteem. Dit Utrechtse restauratieproject geldt als inspiratie voor duurzaam gemeentelijk vastgoed.

Beeld a.s.r. real estate

Postkantoor krijgt nieuwe toekomst door mix van functies.

INNOVATIEVE KELDER AAN DE BEMUURDE WEERD

Een kelder bouwen in een historische binnenstad is complex. De omgeving is kwetsbaar en er gelden strenge richtlijnen. MBS, specialist in prefab betonproducten, ontwikkelde een afzinkbare kelder. Binnenkort wordt zo'n innovatief element geplaatst bij een woning aan de Bemuurde Weerd. Wim van Looijengoed, directeur MBS Kelderbouw: "Met een telescoopkraan laten wij met staal versterkte prefab wanden als caisson in de grond zakken. Vervolgens wordt op locatie de keldervloer aangebracht." Deze oplossing is veiliger dan de gebruikelijke werkwijze waarbij stalen damwanden als bouwkuip nodig zijn. Daarbinnen worden dan wanden en vloer van de kelder gestort. "De stalen damwanden verstoren de bodem. Bij verwijdering ervan ontstaat ruimte in de bodem en bestaat de kans op trillingen en schade. De afzinkkelder kan op de erfgrens worden geplaatst. Dat levert extra kostbare vierkante meters op."

Foto Frank Hanswijk

Stadhuis Utrecht: duurzaamheid en monumentwaarde in zorgvuldige balans

BBQ
KING OF THE GRILL
Voor een echte
BBQ-beleving moet je
bij King of the Grill zijn!
Vraag nu een vrijblijvende offerte aan.
030-6915631 / info@kingofthegrill.nl
WWW.KINGOFTHEGRILL.NL

"Maak het gedrag bespreekbaar", aldus Monique Wakelkamp.

JOUW WERKELIJKHEID OF DE MIJNE?

HOE GA JE ERMEE OM ALS MENINGEN STERK VERSCHILLEN EN ER EEN CONFLICT DREIGT?

'Met hem? Daar valt echt niet mee te praten!' En 'Zij? Een echte roddeltante!' Monique Wakelkamp van Geen Ruzie op het Werk hoort in een mediation gesprek, maar ook bij een teamoverleg soms stevige meningen over de 'ander'. Iedereen heeft zijn eigen werkelijkheid; maar toch... Utrecht Bussiness laat haar aan het woord met voorbeelden en tips voor je eigen praktijk of werkplek.

VERSCHIL IN WERKELIJKHEID

Monique: "Herken je de volgende situatie? Je stelt een vraag en je krijgt een heel ander antwoord dan je verwachtte. Dat viel mij laatst weer eens op toen ik op het vragenforum Quora keek. De vraag 'Hoe ga je om met een passief agressieve drama queen?' vond ik nogal intrigerend, dus keek ik snel naar de twee antwoorden. En die verschilden nogal wat van elkaar!"

HOE ZIET DE WERKELIJKHEID ERUIT?

"De volkomen andere manier van kijken naar het voorgelegde probleem bracht me aan het denken. Want dat mensen verschillen in opvatting, dat weet iedereen. Daar heb ik het in mijn blogs ook al vaker over gehad. Maar deze ene vraag werd door de twee respondenten totaal anders benaderd. Waar de een serieus op de vraag inging en advies gaf, hield de ander de vragensteller een spiegel voor: 'Hoezo was er sprake van een drama queen? En wat bedoelde ze eigenlijk met passief agressief? Waarom werd er zo'n etiket op het gedrag geplakt? Zei dat niet veel meer over de vragensteller dan over de zogenoemde drama queen? Moest die vragensteller niet veel meer naar zichzelf kijken?"

JOUW WERKELIJKHEID OF DE MIJNE?

"Wat een cadeautje om zo'n vraag tegen te komen en dan die reacties te lezen! Want ons brein is gepro-

grammeerd om antwoord te geven als er een vraag gesteld wordt. Let maar eens op als je weer een training bijwoont. Hoe meer vragen gesteld worden, des te actiever ga je meedoen. Het is dus heel normaal en logisch dat je meteen een advies wilt geven. Zoals de eerste respondent deed. Hoe mooi is het dan dat iemand 'STOP' zegt en je even bewust maakt van de werkelijkheid. Dat was precies wat de tweede antwoordgever deed."

ZES BLINDE MANNEN EN EEN OLIFANT

Monique: "Misschien ken je het oude verhaal over zes blinde mannen en een olifant. Omdat ze blind waren, konden ze de olifant natuurlijk niet zien maar wel voelen. Elk van hen stak zijn hand uit en voelde aan een deel van de olifant; de een zijn oor, de ander de staart, weer een ander de slurf, de vierde een slagtand, de vijfde een poot en de laatste een flank. Geen van hen zag het geheel, maar allemaal waren ze ervan overtuigd dat zij het goed gezien hadden. Ze hielden allemaal vast aan hun eigen werkelijkheid. Dat dit tot een conflict leidde, spreekt voor zich. Pas toen alle verhalen bij elkaar kwamen en er echt geluisterd werd, werd het totale plaatje duidelijk."

JE HEBT MEER INVLOED DAN JE DENKT! DENK AAN DE ENE STEEN DIE JE IN DE VIJVER GOOIT EN DIE HET WATEROPPERVLAK DOET RIMPELEN

HOE KIJK JIJ NAAR DE WERKELIJKHEID?

Monique: "Ik dacht bij mezelf: Hoe vaak plakken we zelf een etiket op het gedrag van de ander? En gaat het dan eigenlijk wel over die ander? Want als wij last hebben van het gedrag van een ander, dan kunnen we daar zelf wat aan doen. Zo houd je ook nog eens de regie."

Een aantal mogelijkheden:

- Vraag wat die ander bedoelt. Gewoon, oprecht belangstellend, zonder (voor) oordeel. Laat je verrassen!

Pas als je echt snapt hoe een ander de situatie ziet, vanuit zijn perspectief en vanuit zijn normen en waarden, kun je begrijpen hoe hij tot zijn standpunt komt. Dan hoef je het nog steeds niet eens te zijn, maar die ander is ineens niet meer zo vreemd. Het begin van toenadering.

Illustratie met dank aan vijaybhat.com

- Maak het gedrag bespreekbaar. Geef feedback op een goede manier. Benoem wat het met jou doet als jullie zo met elkaar aan het strijden zijn. Hoe jij last hebt van die situatie. Hoe jammer je het vindt dat je elkaar kennelijk niet begrijpt. Hoe waardevol jij de relatie vindt.

Als de ander merkt dat je het meent, kan hij ook zijn waardering over jullie relatie uitspreken. Ook hier hoef je het nog steeds niet over de inhoud eens te zijn, maar je houdt de relatie in stand.

- Kijk naar jezelf. De enige waar je direct invloed op hebt, ben je zelf. Zelfs al verandert die ander, dan nog moet jij uit je negatieve werkelijkheid stappen. Alleen jij bepaalt hoe je de situatie ervaart.

Je hebt meer invloed dan je denkt! Denk aan de ene steen die je in de vijver gooit en die het wateroppervlak doet rimpelen.

WAT IS JOUW WERKELIJKHEID?

Heb jij ook zo'n olifant in de buurt, of eerder een drama queen? Vind je het lastig om de situatie te veranderen; kun je wel wat hulp in je team gebruiken? Je hoeft niet te wachten tot er een heus conflict ontstaat. Bel of mail me! Ik kijk graag vrijblijvend met jou naar de mogelijkheden!

www.geenruzieophetwerk.nl

Zes blinde wijze Indiërs
vonden een olifant
ze wilden weten wat het was
en voelden met hun hand

De eerste voelde aan een tand
en zei: 'ik zeg u thans
dit monster van een olifant
lijkt sprekend op een lans'

De tweede voelde aan een zij
dat duurde wel een uur
riep blij: 'Aha,
dit beest lijkt op een muur!'

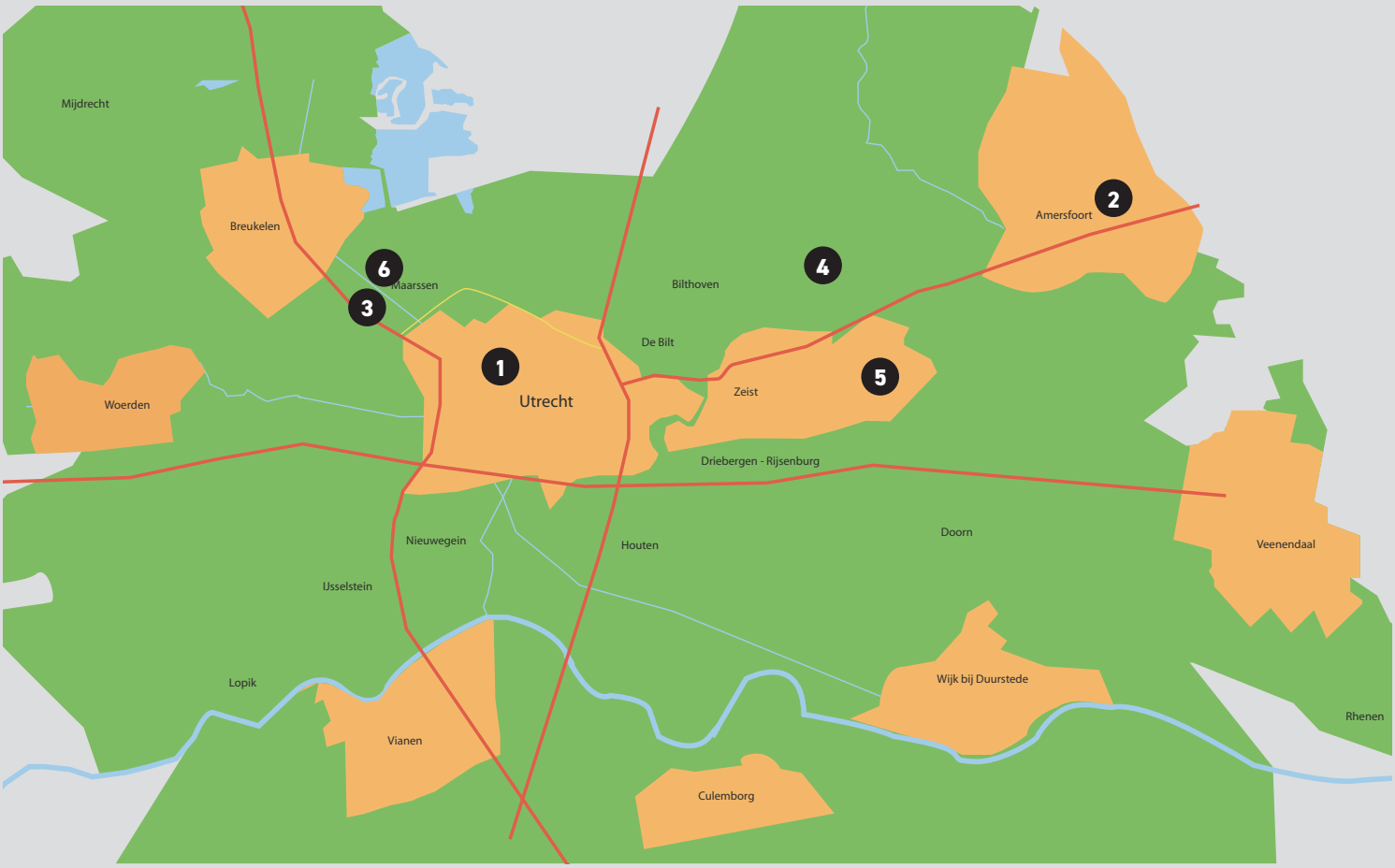
De derde voelde aan een voet
en zei: 'Doe niet zo sloom,
er is geen twijfel mogelijk,
dit beest is een boom.'

De vierde kneep eens in de slurf
en werd opeens doodsbang,
'Die zogenaamde olifant,
dat is een slang!'

De vijfde voelde aan een oor
en zei: 'Dat is niet mis,
dit dier is werkelijk uniek
omdat het waaiervormig is.'

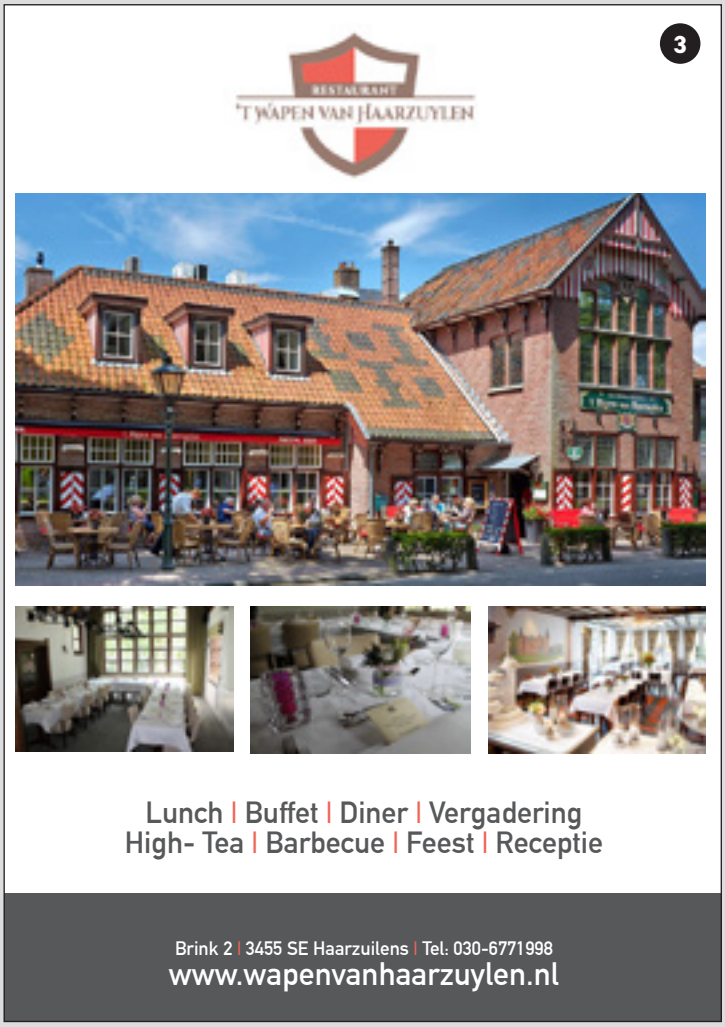
De zesde kreeg het staartje beeten zei nog even gauw:
'Wat kletsen jullie allemaal,
dit beest lijkt op een touw'.

Zo blijkt maar weer uit dit verhaal hoe moeilijk 'weten' is: de blinden hadden allemaal gelijk, toch had elk het mis.


Mijdrecht
Breukelen
Maarssen
Bilthoven
Amersfoort
De Bilt
Utrecht
Zeist
Woerden
Driebergen - Rijsenburg
Nieuwegein
Houten
Doorn
Veenendaal
IJsselstein
Lopik
Wijk bij Duurstede
Rhenen
Vianen
Culemborg
1
2
3
4
5
6

1
Muntgebouw
Utrecht
Een uniek monument en letterlijk een locatie van waarde
Congressen
Vergaderingen
Evenementen
Unieke concepten
En meer..
WWW.MUNTGEBOUW-UTRECHT.NL

2
Mariënhof
Amersfoort
Een onbeschrijfelijk stadsklooster met hart en ziel
Congressen
Vergaderingen
Evenementen
Unieke concepten
En meer..
WWW.MARIENHOF.NL


3
RESTAURANT
't WAPEN VAN HAARZUYLEN
Lunch | Buffet | Diner | Vergadering
High- Tea | Barbecue | Feest | Receptie
Brink 2 | 3455 SE Haarzuilens | Tel: 030-6771998
www.wapenvanhaarzuylen.nl

TOPLOCATIES

4

CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN

CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

Download onze App
iOS + Android

www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg

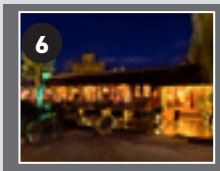
5

www.woudschoten.nl

nice to meet

Woudschoten
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

6



OF HET GAAT OM EEN TAFEL VOOR TWEE OF EEN COMPLEET VERZORGD FEEST, U BENT IN GOEDE HANDEN BIJ 'DE HEEREN VAN MAARSSEN'

de heeren van Maarssen

Maarssenveensevaart 7a - 3601 CC Maarssen
T 0346-561590 - www.deheerenvanmaarssen.nl

PATHÉ UTRECHT LEIDSCHE RIJN

'PIONIERS IN ALLE OPZICHTEN'

Vijf jaar geleden verrees Pathé Utrecht Leidsche Rijn op een leeg stuk grasland boven de A2. Een eenzaam rood gebouw, dat vijf jaar later het trotse middelpunt van een nieuw stuk Utrecht vormt. Leidsche Rijn is om het gebouw heen gegroeid en dat draagt volop bij aan de ontwikkeling van Pathé als bioscoop, maar zeker ook als een bijzondere plek voor zakelijke meetings en evenementen, met een rooftoplocatie met uitzicht over Utrecht als kers op de taart.

Wie denkt aan Pathé zal in eerste instantie waarschijnlijk denken aan film. De naam is onlosmakelijk verbonden aan de bioscoopketen die het in eerste instantie is, maar in gesprek met Coen Hoozemans, theatermanager bij Pathé Utrecht Leidsche Rijn, blijkt het bekende rode pand aan de A2 nog veel meer mogelijkheden te bieden dan het vertonen van films alleen. "Er gebeurt hier echt heel erg veel en dat vind ik ook het leuke aan deze vestiging in vergelijking met andere bioscopen", geeft Hoozemans aan. "We draaien uiteraard films, maar zijn ook het toneel voor productpresentaties, vergaderingen, borrels en andere zakelijke meetings."

TEGELIJKERTIJD

Gevraagd naar voorbeelden, lepelt Hoozemans ze moeiteloos op. "Disney verzorgde hier vorig week bijvoorbeeld haar presentatie van de plannen voor de komende tijd aan de Nederlandse bioscopen. Dan staat hier de hele foyer vol met collega's en stakeholders en toont Disney korte 'shizzles' van films die in de nabije toekomst gaan verschijnen." Een week eerder vond een hele andere zakelijke bijeenkomst plaats. "Toen waren we het toneel voor een groot IT-congres, waarbij zo'n vijfhonderd IT-ers door het hele gebouw aanwezig waren. Hun plenaire sessie vond plaats in de grote zaal, maar er waren ook activiteiten in vier subzalen. Ondertussen lopen dan ook nog bezoekers rond die gewoon naar de film gaan, zonder dat de groepen elkaar tegen komen. Dat is echt het mooie van deze locatie, er kan heel veel tegelijkertijd plaatsvinden."

ROOFTOP

Het gebouw is ook daadwerkelijk met die gedachte in het achterhoofd ontwikkeld, geeft Hoozemans aan: "Het is erg hoog en groot en dat heeft als voordeel dat je op elke verdieping iets kunt doen, zonder dat je last van elkaar hebt. Elke verdieping heeft ook zijn eigen foyer die gebruikt kan worden. Als hier tweehonderd advocaten zitten, dan kun je op de vierde verdieping honderdvijftig basisschoolleerkrachten bijscholing geven en op de zesde verdieping een film vertonen." Het dakterras bovenop het pand is uniek en bij uitstek geschikt om van een zakelijke bijeenkomst iets écht bijzonders te maken. "Je kunt film kijken op het dak, waarbij je ook over de hele stad heen kijkt. Dat heeft geen enkele andere bioscoop. Je kunt er ook je congres afsluiten of beginnen, een barbecue en een bar neerzetten of een feest of borrel houden. We hebben zelfs al auto's op het dak gehad en een toneelvoorstelling opgevoerd zien

worden met de stad Utrecht als achtergrond. Er kan héél veel. Het is niet grenzeloos, maar de grenzen worden wel opgezocht."

PRESENTATIES

De zalen van Pathé Utrecht Leidsche Rijn zijn ook ideaal om te gebruiken bij bijvoorbeeld presentaties en andere toespraken. De zaal is er al, net als het scherm en de projectoren. "Bij de bouw is bovendien al rekening gehouden met evenementen", geeft Hoozemans aan. "Zo is er meer ruimte aan de voorzijde gelaten, zodat je echt een podium hebt en zijn bijvoorbeeld ook de aansluitingen allemaal makkelijk te bereiken. Het is bijna 'plug and play', waarbij de technische dienst het allemaal zo voorbereidt dat je als presentator binnenkomt, je laptop aan een kabeltje hangt en kunt beginnen. En je hebt met topkwaliteit beeld en geluid te maken. Het is best stoer om je verhaal op een doek van negentien meter achter je te zien. Dan blijft die boodschap wel hangen hoor."

LEIDSCHE RIJN

Het succes van Pathé Utrecht Leidsche Rijn zal de komende tijd alleen nog maar groter worden, zo is de verwachting. Leidsche Rijn heeft zich de afgelopen jaren namelijk snel ontwikkeld tot een volwaardig stadsdeel van Utrecht, waarbij Pathé gerust als pionier gezien mag worden. "We waren inderdaad de eerste die zich hier vestigde, als het enige gebouw in een winderig weiland", herinnert Hoozemans zich nog. "Nu groeit het volop om ons heen. Woningen, een stadstuin, scholen, winkels, een station, een hotel...fantastische ontwikkelingen voor ons. Vanaf het station ben je vanaf hier in vijf minuten op Utrecht Centraal. In het begin waren we vooral de buurman bij wie nieuwkomers een ladder kwamen lenen, maar inmiddels zitten we gewoon middenin de stad."

"WE WETEN HOE WE ONZE ZAKELIJKE GASTEN MOETEN BENADEREN"

PIONIER

Het pionieren is sowieso iets dat onlosmakelijk met Pathé verbonden is. Dat deden de oprichters van de bioscoopketen al en die innovatiedrang is er nu nog altijd. "Bij Pathé Nijmegen wordt op het moment bijvoorbeeld hard gewerkt aan een 4DX-zaal, als eerste bioscoop in Nederland", vertelt Hoozemans. "Maar je ziet het ook in het onderhoud van de onze panden. Regelmatig strippen we een zaal volledig en bouwen we 'm opnieuw op, gewoon omdat we vinden dat iets dan beter kan. We willen echt de nummer één blijven en dat lukt alleen door goed te blijven investeren."

GASTVRIJ

Ook gastvrijheid is daarbij een belangrijk wapen dat Pathé hanteert. "Ik durf best te zeggen dat we daar hier erg goed in zijn", stelt Hoozemans. "We weten hoe we onze zakelijke gasten moeten benaderen, dat is heel anders dan een oma die met haar kleinkinderen naar de film gaat natuurlijk. Het vergt een andere toon en aanpak en dat vinden onze mensen ook zo leuk aan het werk hier. Geen dag is hetzelfde, ook dankzij de breedheid in de evenementen. De ene dag is er een presentatie van een speelgoedfabrikant en staat het hier vol met nieuw speelgoed, de andere dag vindt er bijscholing voor psychologen plaats over een diagnostisch onderwerp. Het is zeer veelzijdig en ook zeker niet zo dat alleen grote partijen hier terechtkunnen. Met een kleine groep kun je hier ook een vergaderzaal gebruiken en met vijftig personen kun je prima in een bioscoopzaal je presentatie houden. Met een afsluiting op het dak met een barbecue en een bar...dan heb je echt een topdag hoor."

Pathé Utrecht Leidsche Rijn
Berlijnplein 100
3541 CM Utrecht
Meer informatie: www.pathebusiness.nl

BIJ MBS DRAAIT ALLES OM BETON

SPECIALIST WIL VOORSPRONG BEHOUDEN

MBS is specialist in prefab betonelementen voor woningbouw, industrie en infrastructuur. Productie vindt plaats onder optimale omstandigheden. Innovatie is een tweede natuur binnen het bedrijf. “We zijn continu op zoek naar nieuwe producten en slimme toepassingen van beton.”

Eric van Schaik en Wim van Looijengoed namen in 2000 de activiteiten van hun toenmalige werkgever over. Het was de start van MultiBouwSystemen (MBS). “We zagen perspectief in de productie van betonnen elementen,” zegt Van Looijengoed. Aanvankelijk voor stallen, later kwamen daar kelders voor het hogere woningsegment bij. “Het bleek een schot in de roos. Al snel maakten we tientallen kelders per jaar.” Tijdens een buitenlandse beurs viel het oog op een mal voor een betonnen trap. “Die werd aangeschaft en vormde de grondslag voor een nieuwe discipline. Op dit moment zorgt trappenbouw voor een substantieel deel van onze omzet.”

KANSEN PAKKEN

Het voorbeeld is illustratief voor de alertheid als het gaat om nieuwe mogelijkheden. “Als we iets zien dat kansrijk is, gaan we ervoor. Er is geen angst om te experimenteren. Dat niet alles direct lukt, is geen probleem.” Mede door deze instelling namen de activiteiten een grote vlucht. Bijna twintig jaar na de start werken er zo’n 300 mensen bij MBS, verdeeld over negen gespecialiseerde werkmaatschappijen waar prefab beton centraal staat. MBS maakt onder meer cascowanden, vloerplaten, kelderwanden, betontrappen en keerwanden. Deze worden toegepast in de woningbouw, utiliteit en infrastructuur. Naast het hoofdkantoor in Soest zijn er productielocaties in Vianen, Rijssen, Staphorst en Emmen.

KWALITATIEF SUPERIEUR

De vraag naar betonproducten neemt toe. “Beton is een sterk materiaal, uitermate geschikt voor constructieve toepassingen en kwalitatief superieur aan kalkzandsteen,” aldus Van Looijengoed. “Ook het feit dat metselaars alsmaar schaarser worden, maakt kalkzandsteen minder aantrekkelijk. Verder is beton in een steeds hoogwaardiger vorm recyclebaar. De thermische buffercapaciteit van beton biedt voordeel in de ontwikkeling naar duurzaam, energieneutraal en comfortabel bouwen.”

IDEALE CONDITIES

MBS combineert de onderscheidende eigenschappen van beton met prefab productie. “In Vianen staan vijftig verwarmde stalen tafels waarop dagelijks meerdere elementen gemaakt

kunnen worden. Er zijn speciale maatwerkmallen voor elementen zoals gedraaide betontrappen, balken en bordessen. Voor rechte steektrappen en keerwanden gebruiken we standaardmallen. In Vianen worden ook voorgespannen vloeren en balken geproduceerd. De ligging aan het Merwedekanaal is ideaal voor het transport van grote elementen."
Bij MBS vindt de productie onder ideale condities plaats. "In tegenstelling tot beton dat op een bouwplaats wordt gestort. Daar heb je te maken met vocht en temperatuurverschillen. Ook kunnen wij veel sneller en efficiënter produceren. Als je alles goed doorrekent – en rekening houdt met de hoge faalkosten op de bouwplaats – is prefab beton ook nog eens goedkoper."

SLIMME KELDER

Innovatie is vanzelfsprekend bij MBS. "We denken continu na over nieuwe producten en slimme toepassingen van beton," stelt Van Looijengoed. "Goed voorbeeld is de afzinkbare kelder. Die heeft zeker binnenstedelijk grote voordelen ten opzichte van de traditionele werkwijze met stalen damwanden en gestorte elementen. Onze oplossing is sneller, zorgt voor minder bodemverstoring en maakt het mogelijk om op de erfgrens te bouwen."
Andere opvallende innovatie is een digitaal monitoringssysteem dat MBS dit jaar introduceerde op de Bouwbeurs, samen met T-Systems Nederland uit Utrecht. "Met geïntegreerde sensoren kan beton continu worden gemonitord. Een uitkomst bij onder meer bruggen, tunnels en andere infrawerken. Dreigende schade aan wapening en constructie wordt hiermee tijdig gesignaleerd."

VOORSPRONG DOOR FILOSOFIE

Om woningbouw de zo gewenste versnelling te geven, is seriematige productie een absolute noodzaak. "Steeds meer bouwers bieden dergelijke woningen aan," zegt Van Looijengoed. De conceptmatige benadering is MBS op het lijf geschreven. "Systeembouw zit in ons DNA. We hebben altijd vastgehouden aan deze filosofie, soms tegen de stroom in. Dat zorgt voor een belangrijke voorsprong nu seriematige woningbouw steeds meer gemeengoed wordt." MBS maakt componenten voor meerdere aannemers. "Installateurs kunnen al tijdens onze productie voorzieningen aanbrengen in de prefab vloeren. Hierdoor gaat de afbouw op locatie een stuk sneller."

STANDAARDISATIE EN FLEXIBILITEIT

Om de voordelen van prefab maximaal te benutten, is zoveel mogelijk uniformiteit nodig. "De elementen die wij voor de verschillende bouwbedrijven maken, zijn grotendeels identiek. Toch wijken ze op details allemaal iets af." Hiermee snijdt Van Looijengoed een van de belangrijkste uitdagingen van MBS aan. "Het is een continue zoektocht naar de balans tussen standaardisatie en flexibiliteit. Het eerste is een vereiste om snel en efficiënt te kunnen produceren. Tegelijkertijd willen opdrachtgevers zoveel mogelijk tegemoet komen aan de wensen en voorkeuren van toekomstige bewoners. Samen met een aantal aannemers ontwikkelen we een systeem dat beide doelstellingen maximaal combineert."

"INNOVATIE IS EEN TWEEDE NATUUR IN DIT BEDRIJF."

TROUWE MEDEWERKERS, DYNAMISCHE WERKOMGEVING

Medewerkers van MBS hebben veel verantwoordelijkheid. "Je krijgt hier alle ruimte om je te ontwikkelen," aldus Van Looijengoed. "Samen met de korte lijnen en snelle besluitvorming leidt dat tot een dynamische werkomgeving. We zorgen goed voor onze mensen en de dienstverbanden zijn bovengemiddeld lang. Belangrijk voor de borging van kennis in de organisatie."

DIGITALE UITDAGING

Om te komen tot nog meer efficiency zet MBS in op verdere automatisering van haar productieproces. "We oriënteren ons op de toepassing van robots. Er zijn intensieve contacten met leveranciers van

hard- en software, onmisbare partners bij een dergelijk traject. Ook onze afnemers spelen een cruciale rol. Idealiter leveren zij hun constructietekeningen digitaal op een zodanige manier aan dat we deze direct kunnen verwerken. Daar ligt nog wel een uitdaging."

INVESTEREN IN VERNIEUWING

Dat verregaande digitalisering en robotisering onvermijdelijk zijn, staat voor Van Looijengoed buiten kijf. "Als wij onze voorsprong willen behouden, moeten wij blijven investeren in vernieuwing. Gelukkig is dat een tweede natuur bij dit bedrijf. Daarom zien we de toekomst met alle vertrouwen tegemoet." De omstandigheden zijn gunstig. "De groei in woningbouw houdt aan. Door de stijgende huizenprijzen is de aanleg van een kelder een slimme investering. En als gevolg van de beperkte ruimte in Nederland is meer hoogbouw onvermijdelijk. Al deze ontwikkelingen leveren kansen op voor MBS."

Meer informatie via 035-5881888 of www.mbs-groep.nl

JAARBEURS EN HEINEKEN:

INNOVATIEF PARTNERSCHAP

Jaarbeurs en Heineken zijn partners! Bij Jaarbeurs evenementen zal er Heineken bier geschonken worden en zullen er diverse creatieve merkactivaties te zien zijn. Ernst-Jan van der Wal, National Sales Manager bij Heineken, vertelt over deze bijzondere samenwerking en de voordelen van het partnerschap tussen de twee bedrijven.

DE SAMENWERKING TUSSEN HEINEKEN EN JAARBEURS IS SINDS HET BEGIN VAN HET JAAR EEN FEIT. KUN JE IETS ZEGGEN OVER DE ACTIES DIE TOT NU TOE IN GANG ZIJN GEZET?
"Onze samenwerking is per 1 januari van start gegaan. De eerste focus lag op de vaste locaties, deze zijn omgebouwd naar het Heineken assortiment. Daarnaast was februari direct een drukke maand vanwege BouwBeurs, MOTORbeurs Utrecht en Das Coen und Sander Fest. We hebben voor deze evenementen nauw samengewerkt om mooie activaties neer te zetten. Voorbeelden zijn een Heineken biercafé bij MOTORbeurs Utrecht en speciaalbierbarren bij BouwBeurs, MOTORbeurs Utrecht en Das Coen und Sander Fest.

WAT IS VOLGENS HEINEKEN DE KRACHT VAN EVENTS EN DAAR ZICHTBAAR ZIJN ALS MERK?
"Jaarbeurs is een icoon van de stad Utrecht en daarom zien wij het als een eer dat wij onze bieren en ciders bij de Jaarbeurs mogen leveren. Jaarlijks bezoeken bijna 2,5 miljoen mensen de Jaarbeurs. Kortom: een plek waar wij met onze producten graag aanwezig willen zijn. Wij doen dit door de vaste locaties van Jaarbeurs, waaronder restaurants Zeyn, Speys en Steyl en congrescentrum Supernova/Media Plaza, optimaal invulling te geven van ons merkenportfolio en daarnaast per beurs of evenement een tailormade merkactivatie in te zetten."

HOE ZIET HEINEKEN HAAR TOEGEVOEGDE WAARDE/ROL BINNEN DE EVENTINDUSTRIE? EN WAT MERKT DE KLANT HIERVAN BIJ JAARBEURS?
"Jaarbeurs heeft een unieke plek binnen de eventindustrie omdat het in staat is de grootste indoor events binnen Nederland te kunnen huisvesten. Een mooi voorbeeld hiervan is Thunderdome dat later dit jaar zal gaan plaatsvinden, zij streven ernaar om het grootste indoor feest van Nederland te worden. Samen met de organisatie van Thunderdome en de Jaarbeurs willen wij hier invulling aan geven door te activeren met bijvoorbeeld Desperados. Hierbij streven wij ernaar om dezelfde beleving en kwaliteit te bieden die consumenten van ons gewend zijn bij de outdoor events van Heineken."

WELKE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN ZIEN BEIDE PARTIJEN OP HET GEBIED VAN EVENTS EN OP WELKE MANIER WORDT HIEROP INGESPEELD BIJ DEZE SAMENWERKING?
"Jaarbeurs heeft een groot aantal beurstitels waar een brede doelgroep op afkomt. Een van de trends die wij in de horeca zien, is de keuze voor alcoholvrije of laag alcoholische producten. Hier spelen wij samen op in door tijdens deze beurzen ook met Heineken 0.0 te activeren. Een voorbeeld hiervan is tijdens MOTORbeurs Utrecht waar wij twee activaties opzetten. Bezoekers konden bij aanschaf van Heineken 0.0 tickets winnen voor de TT in Assen."

WAT IS JULLIE ERVARING MET MERKACTIVATIE TIJDENS EVENTS EN KUN JE ENKELE VOORBEELDEN NOEMEN HOE HEINEKEN SUCCESVOL MERKACTIVATIE TOE HEEFT GEPAST?
"Het succes van een merkactivatie wordt gemeten aan de hand van de doelstellingen van de diverse partijen. Belangrijk is om elkaars doelstellingen goed te begrijpen en daar vervolgens via de merkactivatie aan bij te dragen. Dit jaar hebben we bij Das Coen und Sander Fest een activatie gedaan waarbij bezoekers een sleutelhanger ("Der Schüsselhanger") konden krijgen. Organisator Talpa was tevreden omdat dit een leuk extraatje was voor het feest en voor Jaarbeurs was dit een omzetstimulans. Ons gezamenlijk doel was om door middel van deze merkactivaties een extra beleving voor de bezoeker te realiseren waarbij wij daarnaast ook extra omzet willen genereren. Een win-win-win situatie voor de bezoeker, Jaarbeurs en Heineken."

Tekst: Aart van der Haagen Fotografie: Aart van der Haagen, Totaal Coaching

DE MULTIDISCIPLINAIRE AANPAK VAN TOTAAL COACHING

ISSUES STAAN NIET OP ZICHZELF

Onderling gemor bij het personeel, een hoog ziekteverzuim, verborgen agenda's, een omzet die achterblijft bij de verwachtingen; kwesties genoeg die bedrijven aan ons voorleggen", zegt Constant Lamp van Totaal Coaching. "Ze hebben allemaal behoefte aan een oplossing, maar die vul je niet in met enkelvoudige hulp. Coaches genoeg in Nederland, ieder met een eigen specialisme, rondom een probleem spelen achterliggende factoren en die verschillen per onderneming. Het MKB is zo pluriform, dat vraagt om een multidisciplinaire benadering. Daar lag voor ons de aanleiding om medio 2018 te starten met Totaal Coaching, een netwerk van specialisten die er met elkaar voor kunnen zorgen dat de bevlogenheid in de organisatie terugkeert en dat alles weer loopt als een trein. One stop shopping, zeg maar, waarmee we effectief aan de slag gaan met problemen die gecompliceerd en misschien wel schimmig lijken."

OREN OPENZETTEN

Dit maakt Peter Zaal wat tastbaarder. "Een communicatietraining is zinvol, maar werkt alleen als de cursisten hun oren ook echt openzetten. Dat doen ze niet als ze worstelen met privéproblemen. Dan horen ze het verhaal aan, pikken het nauwelijks op en gaan vervolgens weer over tot de orde van de dag, zonder dat er verandering optreedt in de organisatie. Wij zeggen: 'Geef die mensen eerst eens aandacht en werk met hen aan het oplossen van wat er privé scheef zit.' Misschien heersen er spanningen tussen collega's, wellicht zit iemand financieel klem, iets dat mensen meestal lastig vinden om bespreekbaar te maken. Het begint met vertrouwen kweken, luisteren en de juiste vragen stellen. Dat stukje erkenning doet iets positiefs en vergroot de bereidheid om actief deel te nemen aan de training. We hoeven er geen doekjes om te winden dat de ondernemer één primair doel heeft: geld verdienen. Zijn tools zijn echter de mensen, dus draait alles om wederzijdse betrokkenheid, die in het Nederlandse bedrijfsleven vaak heel calvinistisch beoordeeld wordt: een 7. Je kent de medewerkers maar ten dele en niet iedereen doet zijn werk met evenveel bezieling."

GLIJDENDE SCHAAL

Bertina Heerschop vult aan: "Op de vraag 'hoe gaat het?' antwoordt menig ondernemer: 'Best goed, maar het kan altijd beter.' Dan bevindt hij zich al op een glijdende schaal, want hij zegt dus niet: 'We werken eraan.' Kijk maar eens naar de reactie op medewerkers met een burn-out. 'Die heb je overal,' hoor je dan zeggen, maar de impact ervan op de organisatie mag je niet onderschatten. Zeker binnen het MKB valt een belangrijke steunpilaar weg en dat brengt met zich mee dat collega's het werk moeten overnemen, terwijl zij vaak al op de top van hun kunnen lopen, met het risico dat ze óók te zwaar belast worden. Dan praten we nog niet eens over het financiële aspect, over het kostenplaatje van vervanging, loondoorbetaling, arbo etcetera. Overigens denkt iedereen het begrip burn-out wel te kennen, maar weten slechts weinigen wat het echt inhoudt: dat je hoofd heel graag wil, maar je lijf het opgeeft. Je kunt je er eigenlijk pas iets bij voorstellen wanneer je het zelf ervaren hebt."

'EEN COMMUNICATIETRAINING IS ZINVOL, MAAR WERKT ALLEEN ALS DE CURSISTEN HUN OREN OOK ECHT OPENZETTEN'

GÉÉN PERSOONLIJKHEIDSSTOORNIS

Na gemiddeld zes maanden steken volgens Zaal factoren de kop op die het probleem nog lastiger maken. “Dan wil je hoofd niet meer en heeft het bedrijf de functie al op een andere manier ingevuld. Vrijwel niemand keert na zeven maanden terug, dat zegt genoeg. Meestal loopt dat uit tot één à anderhalf jaar en volgens de Nederlandse richtlijnen kom je dan terecht bij de psycholoog, waar de wachttijd al gauw een week of acht bedraagt. ‘Neem rust”, zegt de huisarts dan, maar dat is funest, want iemand wil juist graag weer aan het werk. Er komt nog iets anders bij, namelijk dat een burn-out géén persoonlijkheidsstoornis vormt en aldus niet in het handboek staat dat zorgverzekeraars hanteren. Ze weigeren het verschijnsel te erkennen en keren derhalve niet uit, wat een huisarts of een psycholoog zal aanzetten tot het ‘verzin-

nen' van een stoornis: een depressie, een fobie, noem maar op. Dat komt dan officieel in het dossier van de cliënt te staan en met een beetje pech ondergaat hij ook nog de verkeerde behandeling. Vervolgens keert hij terug in het bedrijf en blijkt er zowel aan de persoon als aan de werksituatie niks veranderd. Als je doet wat je altijd deed, zul je krijgen wat je altijd kreeg, zo luidt het bekende gezegde. Een tweede burn-out ligt dan op de loer, met het risico dat die ontaardt in een depressie. Twee gele kaarten is rood."

WET POORTWACHTER

In dit kader haalt Lamp de Wet Poortwachter aan, gericht op reïntegratie en het voorkomen dat iemand in de WIA belandt.

'DE ERVARING LEERT DAT MET DEZE MULTIDISCIPLINAIRE AANPAK DE BEVLOGENHEID VANZELF TERUGKEERT'

BEDRIJFSMODEL VEROUDERT

Een gezonde organisatie ontwikkelt zich, iets dat ondernemers die hun bedrijf in korte tijd hard hebben zien groeien volmondig zullen beamen. "Dan veranderen er nogal wat dingen, soms zonder dat je je dat realiseert", zegt Peter Zaal. "Het is daarom essentieel om elke paar jaar je bedrijfsmodel tegen het licht te houden. Waar liggen je sterke punten en waar zou je verbeteringen moeten doorvoeren? Als je daar geen aandacht aan besteedt, ontstaat er een voedingsbodem voor onvrede, niet in de laatste plaats bij je medewerkers. Schakel daarom periodiek een specialist in om het bedrijfsmodel onder de loep te nemen. Binnen Totaal Coaching pakken we dat op met een brede expertise, waarbij we niet op de stoel van de accountant kruipen en de boeken doornemen, maar de gehele kolom inventariseren. Dat doen we samen met de mensen in de organisatie. We interviewen ze en organiseren vruchtbare bijeenkomsten waar heel veel informatie naar boven komt."

"Ondernemers denken dat ze van alles moeten en geen invloed op de situatie kunnen uitoefenen, maar dat klopt niet. Het begint met actieve betrokkenheid en het besef dat de bedrijfsarts er niet zit om iemand te genezen, maar om te verklaren of iemand in staat is om het werk weer op te pakken. Kijken we nog even naar het begrip burn-out, zorg er dan als ondernemer voor dat je weet wat dat inhoudt en welke signalen erbij horen. Daarna kun je een plan van aanpak maken om iemand weer aan het werk te helpen. Wij geven de workshop 'Grip op een burn-out', met drie onderdelen: hoe ontstaat het, welke richtlijnen gelden er en hoe ga je ermee om, welke signalen horen erbij en hoe los je het op? Voorkomen is natuurlijk beter dan genezen, dus observeer mensen en ga op tijd met ze zitten om te praten als je afwijkend gedrag waarneemt. Geef sowieso je medewerkers voldoende ruimte en creëer vertrouwen, zodat ze makkelijker dingen zullen vertellen."

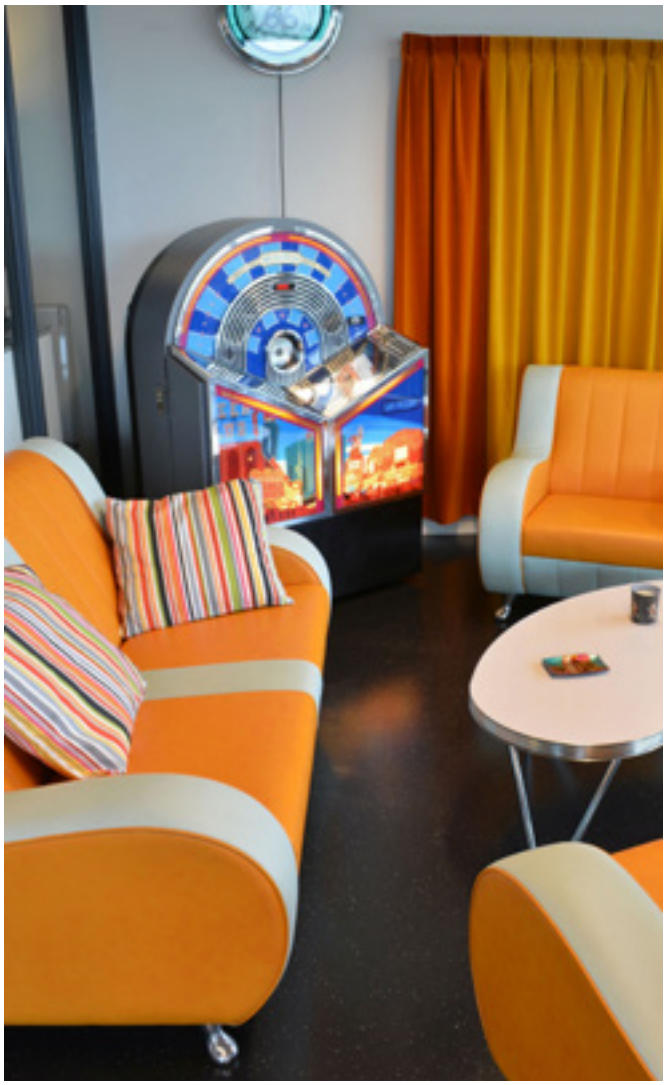
EIGEN WIJSHEID

Om te benadrukken op hoeveel vlakken het kan wringen in een organisatie en hoeveel samenhang er tussen problemen bestaat noemen de stafleden van Totaal Coaching nog wat situaties. Heerschop: "Menig ondernemer denkt dat het nog wel een tandje efficiënter en productiever kan en verwacht een proactieve houding van zijn medewerkers. Eigenlijk wil hij dat ze zichzelf ook een beetje als ondernemer opstellen, maar wel binnen zijn denkpatronen, waarbij hij feitelijk wordt geplaagd door de beperkingen van zijn 'eigen wijsheid'. Wanneer het personeel zijn bevlogenheid niet adopteert, ontstaat er een spanningsveld. De opdracht luidt om de afstand tussen het verwachtingspatroon en de realiteit zo klein mogelijk te maken en dat dan in twee richtingen. Ga dus met je mensen in gesprek en spreek over en weer de verwachtingen uit, dan weet je vanzelf waar potentiële teleurstellingen liggen. Wat wij onder meer doen is onderzoeken wie op een passende plek zit."

'VRIJWEL IEDERE ONDERNEMER ZAL VAN ZICHZELF ZEGGEN DAT HIJ OOG HEEFT VOOR ZIJN PERSONEEL, MAAR DE MENSEN OP DE WERKVLOER ERVAREN DAT NIET ALTIJD ZO'

PRECENTEÏSME

Lamp brengt de term 'precenteïsme' naar voren. "Die houdt in dat mensen vanuit een sterk verantwoordelijkheidsgevoel, hart voor de zaak of angst om hun baan te verliezen toch gaan werken als ze ziek zijn. Onderzoek wijst echter uit dat ze dan al gauw twintig procent minder presteren en dat de foutkans met zestig procent toeneemt. Verder beïnvloeden ze de sfeer negatief en bestaat er een groter risico op ongevallen en bedrijfsschade. Vergelijkbare problemen ontstaan bij werknemers in nood, bijvoorbeeld met relatieproblemen, schulden of een verslaving. Herken je als ondernemer die signalen niet, dan kan het heel veel tijd en geld gaan kosten. Het risico bestaat dat je vanuit je natuur om vooruit te kijken dingen positiever ziet dan de werkelijkheid is. Vrijwel iedere ondernemer zal van zichzelf zeggen dat hij oog heeft voor zijn personeel, maar de mensen op de werkvloer ervaren dat niet altijd zo. Richard Branson van Virgin Group heeft wel eens gezegd:



'Zorg je goed voor je mensen, dan zorgen zij goed voor je business.' Wanneer je een hoge graad van verbinding weet te leggen, stijgt de bevlogenheid en nemen collega's met plezier dingen van elkaar over."

PETER PRINCIPLE

Ambities reiken hoog en mensen maken promotie, soms ongewild. "Dat verschijnsel noemen we 'Peter Principle', waarbij de Nederlandse cultuur zo in elkaar steekt dat je eigenlijk niet meer terug kunt, met verworvenheden als een mooie auto, een flink salaris en veel aanzien", vertelt Zaal. "Helaas belanden veel mensen daardoor op de verkeerde plek en dat leidt tot arbeidsconflicten, burn-outs en een negatieve sfeer op de werkvloer. Het klinkt confronterend, maar het MKB zou van een kwart van het management afscheid kunnen nemen. Heus, dat zijn hartstikke goede mensen, alleen komen ze niet tot hun recht in de rol die ze vervullen. Er bestaan genoeg andere opties waarbij ze zich veel gelukkiger zullen voelen. Over dat laatste gesproken: bij ondernemers komt iets vergelijkbaars voor. Ze zien hun bedrijf groeien en moeten de hele dag managen, in plaats van dat ze bij hun oorsprong blijven, namelijk pionieren. Stel dan iemand aan die de dagelijkse gang van zaken beheert, anders voel je je helemaal niet happy meer en bestaat de kans dat je in een burn-out belandt."

DE JUISTE SPECIALISTEN

Situaties genoeg geschetst, tijd om over oplossingen te praten. Zoals aangegeven hanteert Totaal Coaching een multidisciplinaire aanpak op maat. Heerschop: "Wij werken niet met modules en systemen als 'kies uw coach', maar schakelen per situatie de juiste specialisten uit ons netwerk in, bijvoorbeeld een communicatietrainer, een budgetcoach, een vertrouwenspersoon, een outplacement-begeleider etcetera. Wanneer een organisatie een probleem aan ons voorlegt, gaan vanuit ons kernteam één of twee personen het gesprek aan en daarna doen we een voorstel voor een onderzoek. Dat houdt in dat we de organisatie in beeld brengen, onder meer via interviews met leidinggevenden en mensen op de werkvloer, het uitwerken van een organigram en indien nodig contact leggen met klanten of leveranciers. We bespreken dit met de juiste deskundigen binnen ons netwerk en op basis daarvan presenteren we een plan met een tijdspad en een kostenraming. De ondernemer bepaalt de doelstelling, hoe ver hij wil gaan om de organisatie te verbeteren. Vervolgens houden wij proactief in de gaten of de realisatie volgens plan verloopt. De ervaring leert dat met deze multidisciplinaire aanpak de bevlogenheid vanzelf terugkeert, zowel bij de ondernemer als de medewerkers."

www.totaalcoaching.nl

ZIEKTEVERZUIM: DE TELLER LOOPT

Ondernemers moeten de ogen niet sluiten voor de kosten van ziekteverzuim, die fors kunnen oplopen. Reken op 410 euro per dag bij een modaal salaris, verdeeld in 153 euro loondoorbetaling, 146 euro kosten voor vervanging, 43 euro aan productiviteitsverlies, 60 euro voor inschakeling van de arbo en 7,50 euro voor verzuimbegeleiding. Uiteraard loopt dit hard op met het verstrijken van de dagen. Dat staat dan nog los van - veelal ongrijpbare - indirecte kosten, zoals verlies van klanten, demotivatie bij de rest van het team, slordigheden en fouten in het werk.

OF HET GAAT OM EEN TAFEL VOOR TWEE OF EEN COMPLEET VERZORGD FEEST, U BENT IN GOEDE HANDEN BIJ

'DE HEEREN VAN MAARSSEN'

Maarssenveensevaart 7a - 3601 CC Maarssen
T 0346-561590 - www.deheerenvanmaarssen.nl

DUURZAME INZETBAARHEID: HOE KOMEN WE DAAR?

In het vorige artikel introduceerden we het belang van gezonde organisaties en duurzame inzetbaarheid. Dit vooral aan de hand van bekende vraagstukken over personeelstekort, verzuim en marktontwikkeling. Als je dan eenmaal als bedrijf hebt besloten het pad naar duurzame inzetbaarheid te willen bewandelen volgt de vraag "Waar beginnen we?". Hiervoor nemen we je graag mee naar Fase 2: Visie en plan van aanpak. In deze fase gaan we op zoek naar de kern, doelen en ambities van de organisatie, wat het bedrijf wil bereiken en welke tools daarvoor nodig zijn.

GEEN ACTIE ZONDER PLAN

Als bedrijf wil je vaak zo snel mogelijk over tot actie; dat is begrijpelijk. Maar dan moet je wel weten waar je naartoe werkt. Een actie zonder plan werkt namelijk niet. Dit doe je door het concretiseren van doelstellingen (fase 2). Door inzicht te hebben waar écht de belangrijkste aandachtspunten en kansen liggen, behaal je ook het snelste resultaat. Zo heb je gelijk duidelijk welke tools en acties er nodig zijn om de doelen te behalen.

Veel organisaties starten met initiatieven gebaseerd op succesverhalen van andere organisaties of omdat het gevoelsmatig goed zou werken. Je moet hierbij oppassen dat je geen warboel aan initiatieven creëert die niet meer samen een doel vormen of bij een strategie passen. Voorkom dus dat je overbodige dingen gaat doen en onnodig duur uit bent.

SAMENHANG TUSSEN VISIE, STRATEGIE EN DOELSTELLINGEN

Doelstellingen stellen is één ding, maar voor de haalbaarheid moeten ze passen binnen de visie en strategie van een bedrijf. Deze vormen het framework waarop we kunnen bouwen naar de juiste aanpak voor inzetbaarheid.

Grote organisaties hebben hun visie en strategie al uitgestippeld; de grote lijn staat. Het probleem zit in het feit dat deze vaak nog onvoldoende zeggen over de inzetbaarheid van de medewerker. De doelstellingen doen dat wel. De vraag is dan "Hoe sluiten onze doelstellingen en visie op elkaar aan?" en "Hoe kunnen we via onze strategie deze einddoelen bereiken?".

Bij kleine bedrijven (mkb) is dit lastiger. Visie en strategie zijn namelijk niet compleet aanwezig binnen kleine bedrijven; laat staan dat ze vanuit hier een vertaling hebben gemaakt naar duurzame inzetbaarheid. In dit geval kijken we eerst naar het specifieke vraagstuk en proberen we vanuit hier de grote lijnen van het bedrijf in kaart te brengen. Wat wil je bereiken? Welke thema's komen hierin voor? En hoe vertaal je dit naar een algemene visie?

IN DE PRAKTIJK

Hoe je duurzame inzetbaarheid behaalt, verschilt per bedrijf. Bij Inhealth en VIT maken we een specifiek onderscheid tussen grote organisaties en mkb's.

Bij grote organisaties willen we onder andere antwoord op de volgende vragen:
- Wat houdt de strategie en het beleid in?
- Wie is verantwoordelijk voor het management & leiderschap?
- Wat is de doelgroep? En hoe is de bedrijfscultuur?
- Hoe is de communicatie opgezet?
- En wat houdt het verandermanagement in?

Dit is de basis. Vanuit hier kijken we hoe de doelstellingen van de organisatie gerealiseerd kunnen worden en welke handelingen en tools nog missen om dit effectief te kunnen doen.

Bij mkb'ers werken we vanuit het concrete vraagstuk (de basis) van het kleine bedrijf. De kunst is om vanuit het vraagstuk terug te redeneren naar waar een bedrijf voor staat. Vanuit daar kunnen stappen genomen worden om uiteindelijk een basisstructuur op te zetten voor duurzame inzetbaarheid.

Veel enthousiasme binnen je organisatie zorgt er vaak voor dat je zo snel mogelijk praktisch aan de slag wilt. Onze tip: begin een stapje terug. Werk vanuit de strategie naar de aanpak, maar houdt te alle tijden dat enthousiasme aanwezig.

Maarten Jan Stam
maarten-jan@inhealth.nl - www.inhealth.nl

Sandra Engelbertink
s.engelbertink@vitmkb.nl - www.vitmkb.nl

FC UTRECHT WIL ZAKELIJKE IMPACT VERDER VERGROTEN

MERK ÉN NETWERK MET MEERWAARDE

Met ruim 350 aangesloten bedrijven beschikt FC Utrecht over een krachtig ondernemersnetwerk. Steeds vaker kiezen leden ook voor aanvullende communicatie; van Ledboarding en maatschappelijke acties tot online activaties. De club wil deze impact verder uitbreiden. “Er zijn tal van mogelijkheden om het merk en netwerk van FC Utrecht commercieel in te zetten.”

Zakelijk is FC Utrecht al geruime tijd in de winning mood. “Onze groei houdt aan,” zegt Jasper Jacobs, Sales & Marketing Coördinator bij FC Utrecht Business. Bijna alle skyboxen in Stadion Galgenwaard zijn bezet. “En de Business Seats waren niet alleen bij de top-3 wedstrijden tegen Ajax, PSV en Feyenoord, maar ook bij FC Groningen en Vitesse uitverkocht. Een thematische invulling zorgde daarbij voor extra animo.”
Op de shirts waren alle posities gevuld. Naast Zorg voor de Zaak hadden ook Tele2, HiKOKI, Dassy en Ready to Eat een plek op de tenues. “Eerstgenoemde twee bedrijven zijn al jarenlang als sponsor aan FC Utrecht verbonden. Die continuïteit benadrukt de waarde die zij hechten aan ons partnership.”

KIJKJE IN DE KEUKEN

Het merendeel van de bedrijven is in de eerste plaats lid van FC Utrecht Business vanwege het netwerk. “Zij ontvangen relaties en leggen nieuwe contacten, zowel rondom de wedstrijden als tijdens onze evenementen. Denk bijvoorbeeld aan Businesslunches, bedrijvenvoetbal, het Oktoberfest en een barbecue met spelers en technische staf. Ook keerde dit jaar de FC Utrecht Golfdag terug op de agenda; een gigantisch succes!” Daarnaast zijn bedrijfsbezoeken gewaardeerde events. “Leden geven hiermee een kijkje in hun keuken.”

MEER EXPOSURE

Jacobs ziet een toename van bedrijven die naast het lidmaatschap aanvullende communicatiemiddelen inzetten. “Zoals bordreclame, een traditioneel instrument dat met Ledboarding een enorme impuls kreeg. Hierdoor is het mogelijk je te richten op bezoekers in het stadion of op heel voetbalminnend Nederland.”
Het bereik van de Eredivisie vertoont een stijgende lijn. “Dat komt door de hogere kijkcijfers van de samenvattingen en het groeiende aantal abonnees op FOX Sports.” Bedrijven die kiezen voor boarding bij FC Utrecht krijgen een gedetailleerd overzicht van de resultaten. “Nielsen Sports meet hoe lang reclame-uitingen in beeld zijn. Ook registreren zij de kwaliteit van deze zichtbaarheid door een mediawaarde te bepalen die samenhangt met de grootte en duur ervan. Vrijwel alle sponsoren zagen dit seizoen hun exposure toenemen ten opzichte van het vorig seizoen.”

ACTIVATIES OP MAAT

Naast Ledboarding zijn er tal van andere manieren om het merk en netwerk van FC Utrecht commercieel in te zetten. “Wij vertalen de doelstellingen van partners in concrete activaties. Het gaat daarbij vrijwel altijd om maatwerk,” benadrukt Jacobs. “Denk aan Loogman Carwash dat leden van de Business Club een waspas aanbiedt. Of Hornbach dat alle seizoenkaarthouders een naambordje geeft voor

Tekst: Hans Hajée Fotografie: Frank Zilver/FC Utrecht

< Een volle 't Wed & Waard Lounge waar ondernemers elkaar ontmoeten

Stadion Galgenwaard volledig > uitverkocht bij de wedstrijd FC Utrecht-Feyenoord

HET TOONAANGEVENDE NETWERK VAN MIDDEN-NEDERLAND

FC Utrecht Business is het zakelijk netwerk van de club uit de Domstad waarbij meer dan 350 bedrijven aangesloten zijn. Door de omvang en diversiteit van de aangesloten ondernemingen is de Business Club één van de meest toonaangevende zakelijke netwerken van Midden-Nederland. Uiteraard is FC Utrecht hierbij de gemeenschappelijke deler.

Meer weten over FC Utrecht Business? Neem dan contact op met Michel Renssen, Sales Manager bij FC Utrecht Business: m.renssen@fcutrecht.nl / 06-12831376 of kijk op www.fcutrecht.nl/business

op hun stoel in het stadion." Bij veel activaties spelen sociale media een prominente rol. "Met een Facebookactie van HiKOKI kunnen supporters prijzen winnen door de uitslag van een wedstrijd te voorspellen. En Kinepolis richt zich via eSports op de jongere generatie die vooral via games zoals FIFA een band heeft met de club." De mogelijkheden zijn legio. "Uitgangspunt is de verbinding tussen sponsor, club en supporters en/of leden van de Business Club. Als al deze partijen baat hebben bij een activatie dan is het effect maximaal."

MAATSCHAPPELIJKE MEERWAARDE

Steeds vaker hebben sponsoracties een maatschappelijk element. "Aandacht voor de omgeving zit hier in het DNA. Met FC Utrecht Maatschappelijk heeft de club daarvoor een speciale afdeling. Samen met onze Maatschappelijk Partners ontplooien wij steeds meer activiteiten." Zoals de aandacht voor mantelzorg in samenwerking met hoofdsponsor Zorg van de Zaak. "Op de shirts bij de thuiswedstrijd tegen Fortuna Sittard stonden de namen van mantelzorgers. Het leverde veel publiciteit op. Ook lespakketten voor kinderen over bijvoorbeeld financiële zelfredzaamheid en online veiligheid zijn aansprekende voorbeelden met maatschappelijke meerwaarde. Ze zijn ontwikkeld met Maatschappelijk Partners a.s.r. en Norton. In het lesmateriaal fungeren FC Utrecht-spelers als krachtig rolmodel."

DRUKKE PERIODE

Terwijl de voetballers al op vakantie zijn, is het voor de commerciële afdeling van FC Utrecht een drukke periode. "De voorbereidingen voor komend seizoen zijn in volle gang. Los van een indexering blijven de tarieven gelijk. Al vanaf een investering van € 2.550,- maak je deel uit van ons zakelijk netwerk."
Aan ambities geen gebrek: "We willen de activaties verder uitbreiden, bijvoorbeeld tijdens de wedstrijden in Stadion Galgenwaard. Het 'latje trappen' met Holland Casino zorgde in de rust voor veel vermaak en leverde het bedrijf mooie exposure op. Komend seizoen komen er meer van dergelijke acties."

GEOGRAFISCHE GROEI

Andere doelstelling is een uitbreiding van het aantal domeinpartners. "Dat zijn bedrijven waarmee FC Utrecht een exclusieve relatie aangaat. Voorbeelden zijn telecompartner Tele2, bierbrouwer Amstel en mobiliteitspartner Henri & Herman. De club streeft naar meer vergelijkbare samenwerkingen. Uiteraard hebben bestaande sponsoren daarbij een streepje voor. Graag gaan we met hen het gesprek aan." Ook geografisch heeft de club ambities. "In en om Utrecht hebben we al een sterke positie. Maar we willen nog meer voet aan de grond krijgen als grootste zakelijk netwerk van Midden-Nederland."

RATIO EN EMOTIE

De afgelopen jaren kwalificeerde FC Utrecht zich telkens voor de play-offs. "De slagroom op de taart, ook voor leden van onze Business Club," zegt Jacobs. "Uiteraard merken we dat de sportieve prestaties invloed hebben op het animo voor de commerciële mogelijkheden. Onze ambitie is echter om een zakelijk netwerk te creëren met een impact die losstaat van de prestaties op het veld. Daartoe moet alles kloppen; vanaf het parkeren en de ontvangst tot de faciliteiten en catering. Ook moet het gemakkelijk zijn om verbinding te leggen met andere leden. We werken er hard aan om al deze elementen verder te perfectioneren."
Sponsoren krijgen inzicht in de resultaten van hun samenwerking met FC Utrecht. "Denk aan contacten, leads en exposure. Deze informatie geeft een rationele grondslag voor hun investering. Daarnaast is er de emotionele component, hét onderscheidende vermogen van de club. Het blijft mooi om te zien dat ook ondernemers die niet zoveel met voetbal hebben toch gegrepen worden door het FC Utrecht-virus."

Riechedly Bazoer 'speelt voor Mantelzorger Jos' bij de wedstrijd FC Utrecht-Fortuna Sittard

GREAT PLACE TO WORK HELPT BIJ DE STRIJD OM TALENT

GOED WERKGEVERSCHAP DRAAIT OM VERTROUWEN

In een gespannen arbeidsmarkt worden steeds meer bedrijven bij hun ontwikkeling geremd door een tekort aan personeel. Een profiel als aantrekkelijke werkgever is cruciaal in de strijd om talent. Great Place To Work ondersteunt bij het inzichtelijk maken en uitdragen van goed werkgeverschap. “De cultuur en verhoudingen binnen een bedrijf bepalen of medewerkers zich prettig voelen”, zegt René Brouwers. “De cruciale factor daarbij is vertrouwen.”

De Amerikaanse journalist Robert Levering deed begin jaren 80 onderzoek naar de beste bedrijven om voor te werken. Hij ontdekte dat goed werkgeverschap niet primair samenhangt met salaris en arbeidsvoorwaarden. De waardering van medewerkers bleek vooral gebaseerd op de manier waarop management en werknemers met elkaar omgaan. De meest aantrekkelijke werkgevers kenmerkten zich door een grote mate van onderling vertrouwen.

DRIE PIJLERS

Deze eyeopener vormde 35 jaar geleden de grondslag voor Great Place To Work, een programma voor ontwikkeling en certificering van goed werkgeverschap. Sinds 2003 is de organisatie ook actief in Europa en Nederland. “Nog altijd is vertrouwen het belangrijkste criterium in ons model”, zegt directeur René Brouwers. “Kunnen medewerkers de organisatie en haar mensen vertrouwen? En krijgen zij ook het vertrouwen om verantwoordelijkheid te nemen? Tweede pijler is collegialiteit; kan iemand zichzelf zijn en zich ontplooien? Is er sprake van kameraadschap, kunnen collega’s op elkaar bouwen? Trots is de derde onderliggende waarde, zowel op wat medewerkers en teams bereiken als op waar de organisatie voor staat.”

KERS OP DE SLAGROOM

Voor de beoordeling onderzoekt Great Place To Work zowel de mening van medewerkers als beleidsmatige aspecten. Oordelen en prestaties worden op een groot aantal punten gemeten en uitgedrukt in een procentuele score. Haalt een organisatie de benchmark dan mag zij zich een Great Place

Tekst: Hans Hajée

To Work noemen. "Het aflopen jaar zijn 140 organisaties met het traject gestart; van klein tot groot, zowel profit, non-profit als overheden. Ruim zestig werkgevers zijn erkend als een Great Place To Work." De best presterende deelnemers ontvangen een additionele bekroning en mogen zich Best Workplace noemen. "Zij vormen de top van onze piramide. Zie het als de kers op de slagroom van de taart."

GELOOFWAARDIG LEIDERSCHAP

Great Place To Work stelt steeds strengere eisen. "De lat ligt een stuk hoger dan in het begin," aldus Brouwers. Is er een rode draad bij deelnemers die de benodigde scores niet halen? "Dat hangt meestal samen met leiderschap en de geloofwaardigheid ervan. Geeft het management voldoende richting? Zijn leidinggevenden in staat om te luisteren, wordt feedback gestimuleerd en worden medewerkers betrokken bij beslissingen? Hierbij is vaak ruimte voor verbetering als de benchmark niet wordt gehaald."

PSYCHOLOGICAL SAFETY

De essentie van het Great Place To Work-model is in 35 jaar onveranderd. "Vertrouwen, trots en kameraadschap blijven de kernwaarden die er voor medewerkers echt toe doen, of iemand nu bij een klein bedrijf of een multinational werkt", aldus Brouwers. "In die overtuiging worden wij gesterkt door tal van onderzoeken naar goed werkgeverschap; dat blijkt telkens te herleiden tot deze elementen. Zo onderzocht Google in 2015 de eigenschappen van hun best functionerende teams. Medewerkers bleken er een grote mate van *psychological safety* te ervaren. De basis daarvan is vertrouwen."

'VERTROUWEN, KAMERAADSCHAP EN TROTS ZIJN KERNWAARDEN DIE ER VOOR MEDEWERKERS ECHT TOE DOEN'

VOOR IEDEREEN

Consistentie betekent niet dat de beoordeling statisch is. "Diversiteit en inclusiviteit zijn grote actuele thema's. Daarom wegen wij zwaarder mee dat een Great Place To Work een organisatie voor iedereen moet zijn. Ongeacht leeftijd, geslacht, cultuur en geloof."
Maatschappelijke veranderingen blijken ook uit de feedback van werknemers. "Die werden in de loop van de jaren terughoudender bij de vraag of zij nog lange tijd bij dezelfde werkgever actief willen zijn. Mensen wisselen gemakkelijker van baan. Verder vinden medewerkers het steeds belangrijker dat hun organisatie een zinvolle bijdrage levert aan de maatschappij."

EMPLOYEE EXPERIENCE

Goed werkgeverschap staat in het middelpunt van belangstelling. "Er wordt veel gepubliceerd over de *employee experience*; de ervaringen van medewerkers en de impact van hun welbevinden op de prestaties. Organisaties realiseren zich dat hiërarchisch leiderschap niet meer werkt. In plaats daarvan wordt een meer relationele vorm gevraagd, gebaseerd op wederzijds vertrouwen. Dat is de basis voor een consistent succes."
Gezien de krapte op de arbeidsmarkt moeten organisaties bewijzen dat zij een aantrekkelijke werkgever zijn. "Great Place To Work ondersteunt daarbij. De vraag naar onze dienstverlening groeit dan ook sterk. Het aantal medewerkers is in korte tijd verdubbeld."

ANDERE DYNAMIEK

Bij familiebedrijven en bedrijven met een DGA is aandacht voor goed werkgeverschap veelal een tweede natuur. "Dergelijke organisaties hebben oog voor de lange termijn, ook bij investeringen in mensen", stelt Brouwers. "Wordt zo'n bedrijf overgenomen door private equity of gaat het naar de beurs dan ontstaat vaak een andere dynamiek. Onder druk van de aandeelhouders krijgt het resultaat op de korte termijn prioriteit. Het blijkt dan moeilijk om het goede werkgeverschap vast te houden."

WHAT YOU SEE IS WHAT YOU GET

Welke tips heeft Brouwers voor werkgevers in de strijd om het vinden en binden van talent? "Allereerst: ken jezelf. Weet hoe medewerkers de organisatie ervaren en beoordelen. Is dat beeld duidelijk en positief, draag het dan uit. Zorg er daarbij te allen tijde voor dat dit beeld overeenkomt met de werkelijkheid. *What you see is what you get.* Anders raken nieuwe medewerkers teleurgesteld en wordt het moeilijk om mensen te behouden."
Andere aanbeveling: investeer in leiderschap. "Op alle niveaus, van de top tot de werkvloer. Realiseer je dat de impact van leiderschap in de onderliggende niveaus steeds meer uitvergroot wordt. De slinger slaat alsmaar verder uit, in positieve maar ook in negatieve zin. Wees daarom zorgvuldig bij de selectie van de juiste mensen. En help ze om zich verder te ontwikkelen. Tot slot: zoek verbinding met de medewerkers. Luister goed, achterhaal wat zij ervaren en waar verbetering mogelijk is. Blijf werken aan vertrouwen en kameraadschap, want de beloning is groot: positieve energie, meer innovatie en duurzame groei."

René Brouwers: "Blijf werken aan vertrouwen en kameraadschap, want de beloning is groot."

Tekst: Marjan Scheffer

SLOT ZEIST BRUIST!

Ook al komt de temperatuur deze dag maar net boven de tien graden, het terras van Slot Zeist ligt er uitnodigend bij en alle parasols zijn opengeklapt. Op het binnenplein is volop bedrijvigheid in verband met opnames van een videoclip van een bekende hiphopster.

Meggie van Dijk, Manager Special Projects op Slot Zeist, vertelt lachend: “Ook Slot Zeist gaat mee met de tijd! We krijgen heel vaak aanvragen voor opnames voor tv, videoclips of vlogs. Natuurlijk kijken we wel of het bij het Slot past. Niet alles kan zomaar. En die parasols, dat lijkt een detail, maar het zegt alles over waar wij op Slot Zeist voor staan. Voor gastvrijheid waarbij we met de klant meedenken tot in de kleinste details. We kunnen nog zo hard roepen dat we gastvrij zijn, dat we betrokken zijn bij al onze gasten, maar we moeten het vooral laten zien. Met het hele team, elke dag weer. We willen dat gasten zich hier welkom voelen, met een glimlach vertrekken en dan weer terugkomen.”

ZAKELIJKE GEBRUIKERS ONTDEKKEN SLOT ZEIST

Tot voor kort waren Figi en Oud London samen verantwoordelijk voor de exploitatie van Slot Zeist. Sinds half maart ligt dit volledig in handen van één partij, de Oud London Horeca Groep. Bruidsparen weten de weg naar de schitterende locatie te vinden en ook steeds meer zakelijke gebruikers ontdekken de talloze mogelijkheden die het Slot te bieden heeft.

Van Dijk: “Zo’n jaar geleden hebben we de website van Slot Zeist vernieuwd. Heel overzichtelijk staan voor zowel particulieren als zakelijke gebruikers alle mogelijkheden op een rij. We krijgen hier veel positieve reacties op. Wil je bijvoorbeeld met je bedrijf op Slot Zeist vergaderen, een congres of groot evenement organiseren, dan zie je precies welke zalen we hebben en voor hoeveel gasten. Nemen mensen vervolgens contact met ons op, dan nodigen we ze altijd uit hier even een kijkje te komen nemen. Zodra je hier bent, voel je dat het Slot echt iets bijzonders heeft. Het ligt prachtig, het ademt sfeer en het biedt inspiratie. Bovendien ligt het in het hart van het land en zijn er ruim 300 gratis parkeerplekken beschikbaar.”

BINNEN, BUITEN OF ALLEBEI?

De mogelijkheden voor zakelijke gebruikers op Slot Zeist zijn legio. Die veelzijdigheid maakt deze locatie echt uniek. Van een ruimte huren voor een dagvergadering tot een groot event met alles erop en eraan. “Bijzonder aan Slot Zeist is dat het hele gebouw ingezet kan worden. En dat je ook mooi de combinatie kunt maken tussen binnen en buiten, inclusief de enorme tuin en het slottuintheater (capaciteit 1.000 personen). Je kunt bijvoorbeeld binnen vergaderen en dan daarna lekker een drankje met bittergarnituur in de tuin gebruiken. Of daarna samen dineren, met een eenvoudige maaltijd, luxe diner, gezellige picknick of BBQ.”

OOK VOOR KLEINERE BEDRIJVEN

Van Dijk benadrukt dat alles kan in Slot Zeist, maar niets hoeft. “Ook voor kleinere gelegenheden en voor kleinere

gebruikers is er van alles mogelijk. Kom je vergaderen met een kleinere groep mensen dan kun je bijvoorbeeld gebruik maken van de Marmerkamer die al geschikt is vanaf 8 personen." Alle ruimtes kunnen worden voorzien van moderne technische voorzieningen. Recent is veel geïnvesteerd in nieuwe audiovisuele apparatuur. Plenair is er een ruimte voor 150 mensen. "Worden er meer gasten verwacht, dan kunnen we breakout rooms erbij trekken. En dat geeft een verrassend effect, want elke ruimte heeft zo zijn eigen sfeer en uitstraling."

VAN BITTERBAL TOT LUXE DINER

De catering in Slot Zeist is volledig in handen van de Oud London Horeca Groep, een organisatie die met haar eigen cateringbedrijf Catering Oud London, ruime ervaring heeft in partycatering, ook met grote groepen. "De klant bepaalt, zo simpel is het. Als wij weten wat de opdrachtgever wenst of welk doel de bijeenkomst heeft, adviseren wij met betrekking tot de invulling. Een vergadering kan natuurlijk gewoon met koffie, thee en water, maar we serveren er ook graag een lunch of drankje bij. Welke hapjes wil je bij een eventuele borrel en hoe exclusief wil je het diner? Ook hier is alles mogelijk, van eenvoudig tot pure verwennerij. Bij een Heidag past misschien wel een goed gevulde picknickmand, bij een directiemeeting een mooi diner met een goed glas wijn."

PUNTJES OP DE I

Wie komt vergaderen, borrelen of feesten in Slot Zeist kan met een gerust hart vertrouwen op de goede zorgen van de medewerkers. "We spreken alles van te voren goed door, tot in de kleinste details. Moet het op de dag zelf toch nét even anders, dan lossen we dat altijd op. We hebben inmiddels heel wat jaren ervaring en we hebben een hecht en enthousiast team dat er echt plezier in heeft er samen de schouders onder te zetten. Het gaat ons erom dat iedereen zich hier welkom en prettig voelt. Gezien de toenemende belangstelling voor Slot Zeist lijken we daar nu goed in te slagen!"

CONTACT

Slot Zeist
Zinzendorflaan 1
3703 CE Zeist
Mail: info@slotzeist.nl
Tel: 030 – 721 06 00
Vraag naar Yomi of Juliette.

'SLOT ZEIST IS EIGENTIJDS IN EEN SFEER VAN ROMANTIEK EN ALLURE'

Foto - Floris Heuer

ASHTONIA – ZAKELIJKE ARRANGEMENTEN

Van 21 juni t/m 14 juli vindt in Slot Zeist 'Ashtonia' plaats. Deze oogstrelende, acrobatische en krankzinnige voorstelling van de Ashton Brothers is al jarenlang een echte publiekstrekker. In de enorme tent midden in de prachtige Slottuin biedt het een onvergetelijke ervaring voor jong en oud. Wilt u uw medewerkers of klanten verrassen met een bijzonder avondje uit? Bezoek dan samen een voorstelling. Met een hapje, drankje of diner vooraf, maakt u dit uitje helemaal compleet. Informeer naar de speciale zakelijke arrangementen of stel in overleg met Slot Zeist een arrangement op maat samen.

Meer info en reserveringen:
www.slotzeist.nl/ashtonia
Tel. 030 - 721 06 00
Mail: ashtonia@slotzeist.nl

Tekst: Baart Koster (Koster teksten – Tekst & Communicatie)

EEN BEDRIJFSOVERNAME DOE JE NIET EVEN TUSSEN DE BEDRIJVEN DOOR

Binnen CROP accountancy, belastingadvies en bedrijfsjuridisch advies, biedt corporate finance adviseur Herber Blokland precies de aanvullende service waar de markt tegenwoordig om vraagt. “Ondernemers willen een dienstverlener die óók meedenkt over thema’s als investeringen, bedrijfsopvolging en bedrijfsovername. Met onze corporate finance afdeling helpen wij ondernemers onder meer om hun bedrijfsverkoop optimaal voor te bereiden en begeleiden wij hem door het proces. Ook helpen wij ondernemers krediet te krijgen voor een bedrijfsaankoop of een andere grote investering. Maar niet alleen op dergelijke cruciale momenten staan we voor ondernemers klaar.”

Door de veranderende rol van accountants kwam corporate finance in beeld, begint Blokland. “Vroeger was de bank het vaste aanspreekpunt, of in ons jargon: de trusted advisor. Sinds banken zich terugtrekken heeft de accountant die rol van lieverlee overgenomen om zo vaste sparringpartner van mkb-ondernemers te worden. Hij moest daarom ook gaan meepraten over zaken als bedrijfsopvolging en –overname of over een grote investering die eraan zat te komen, en dat was geen goede ontwikkeling.” Daarom nam de in 2014 gestarte afdeling corporate finance die rol binnen CROP over. Blokland en twee van zijn collega’s zijn afkomstig uit het bankwezen en brengen specialistische expertise in.

Het bijkomende voordeel van Bloklands bankervaring is dat hij zowel de ondernemerstaal als de banktaal spreekt. “Bij een kredietaanvraag zit ik er dus als een tolk tussen en vertaal ik voor bankier en klant over en weer hun wensen en verwachtingen. Dat ik bankiers begrijp, heeft in dat proces uiteraard ook zijn meerwaarde. Het mooiste compliment dat ik soms krijg is van een binnenlopende bankier die tegen de mij en mijn klant zegt ‘we hebben eigenlijk geen vragen meer’. ”Dat zaken dus zo goed afgestemd zijn, dat het krediet direct verleend kan worden.”

OVER WELKE KREDIETBEDRAGEN PRATEN WE PRECIES?

Wij focussen op kredieten vanaf 1 miljoen euro. Juist bij dergelijke aanvragen kunnen wij maatwerk en toegevoegde waarde leveren, omdat het bij dergelijke bedragen ingewikkelder wordt om bankkrediet los te krijgen. Daarvoor is het specialisme nodig dat wij in huis hebben. Je praat daarbij qua klantprofiel over het wat grotere mkb-segment. Wat overigens niet wil zeggen dat wij weglopen voor kleinere kredietaanvragen. Bestaande relaties helpen we daar uiteraard ook mee.

DE MKB-MARKT VOOR BEDRIJFSOVERNAMES LIJKT VOOR AANKOPENDE PARTIJEN KRAPPER TE WORDEN. IS DAT OOK UW WAARNEMING?

Ja, er is veel en goedkoop geld en bedrijven laten na de crisis weer goede resultaten zien. Daarbij is er sprake van vergrijzing, ook bij ondernemers. Vele gaan onderhand aan hun opvolging denken en worstelen met opvolgingsvraagstukken. Maar daar staat dus veel vraag tegenover, er is heel veel geld in de markt. Wij worden wekelijks gebeld door allerlei participatiemaatschappijen en investeringsclubs die zich aan ons willen voorstellen om te kijken of ze met onze bemiddeling ergens in kunnen stappen. Wij zien dat er door die combinatie van factoren best stevige overnameprijzen worden betaald.

WAT IS HET BELANGRIJKSTE HUISWERK VOOR EEN VERKOPENDE ONDERNEMER DIE EEN GOEDE DEAL WIL DOEN?
Die deal zie ik vooral als het eindresultaat van een behoorlijk uitgebreid traject. Het begint voor een ondernemer met een goede voorbereiding en daar heb je al gauw twee tot drie jaar voor nodig. Wij zien een duidelijk verschil tussen een ondernemer die tijdig nadenkt over een verkoop en zich tijdig voorbereidt en een ondernemer die dat niet doet en direct wil inspelen op interesse van een concurrent of strategische partij. Die laatste zal minder voor zijn bedrijf krijgen. Realiseer je alleen al dat je niet zomaar binnen een boekjaar iets zodanig kan veranderen dat het uit je cijfers verdwijnt. Om het qua cijfers goed en strak te krijgen voor een mooie verkoop, heb je minimaal een paar jaar nodig.

EMOTIES SPELEN VAAK EEN VRIJ GROTE ROL BIJ DIT PROCES. HOE BEGELEIDT U HIERIN?
Vaak moeten we het iets te rooskleurige beeld dat ondernemers van hun bedrijf en de bedrijfswaarde hebben, wat corrigeren. Zeker voor ondernemers die een onderneming hebben overgenomen en die al lange tijd aan het roer staan, is het een beetje alsof ze hun kindje verkopen. Logisch natuurlijk en daarom is het aan ons om hen realistisch voor te spiegelen wat haalbaar is en om hun verwachtingen daarin goed te managen. Al met al is een bedrijfsovername dus niet iets wat je even tussen de bedrijven door doet. Het kan een intensief proces zijn, dat zich over jaren uitstrekt, waarin je veel mensen spreekt, waar veel geld mee gemoeid is en waar soms ook een bepaalde tijdsdruk op zit. Soms gaat de adviseur van de tegenpartij je ook een beetje pijn doen door te zeggen dat je bedrijf op bepaalde punten minder waard is dan je zelf in gedachten had. Dat kan uiteraard puur onderhandelingstactiek zijn, maar de koper kan ook een punt hebben. Wij kunnen dat duiden.Dus is het altijd nuttig als er een filter als CROP tussen zit.

TEGEN WELKE FINANCIERINGSUITDAGINGEN LOPEN AANKOPENDE ONDERNEMERS AAN?
Voor overnamefinancieringen staat de geldkraan open als het om een normaal tot goed bedrijf gaat. Veel kan dan dus financieel ondergebracht worden bij banken. Daarnaast zijn er een heleboel alternatieve financiers op de markt waar we eventueel ook terecht kunnen. Kijk je daarnaast naar de gewone bedrijfsinvesteringen, dan geldt dat materieel, gebouwen en productielijnen ook prima te financieren zijn. Maar bij commercieel vastgoed ligt het lastiger, zeker als het om panden met een lager energielabel gaat. Maar ook daarbinnen weten we wel weer de weg. Zo kunnen we een aantal betrouwbare private financiers inschakelen die geld uitlenen aan kleinere beleggers. Daarnaast zijn er alternatieve financiers in de markt, dus voor kredietzoekende klanten vinden we altijd wel een oplossing.

WAARIN LIGT DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN CROP CORPORATE FINANCE?
In gegarandeerde kwaliteit. We voldoen aan allerlei vakmatige kwaliteitsstandaarden. En daarnaast in een proactieve service houding. Dat geldt overigens niet alleen voor Corporate Finance, maar ook voor ons juridisch en fiscaal advies, onze HR-gerelateerde services, pensioenadvisering en IT-audits.

"VOOR KREDIET-ZOEKENDE KLANTEN VINDEN WE ALTIJD WEL EEN OPLOSSING"

HEEFT U NOG EEN SLOTADVIES VOOR DE LEZENDE ONDERNEMERS VAN UTRECHT BUSINESS?
Ondernemers doen er verstandig aan zich te realiseren dat hun financiële situatie ook onderhoud nodig heeft. Stel bijvoorbeeld dat je je financiering voor elkaar hebt gekregen en je tussen de toekenning en het aflopen daarvan zit. Vaak kijken ondernemers daar dan niet meer naar om. Terwijl het zeker bij wat grotere mkb-financieringen de moeite kan lonen om ons eens mee te laten kijken. Al was het maar in de vorm van een quick scan. Want wij kunnen ondernemers helpen om een verbetering te realiseren in de rente, maar ook de voorwaarden en de zekerheidsstelling van hun lopende lening. Wij hebben in het verleden voor verschillende klanten qua rente en aflossingen al heel wat bespaard, en we zijn er dus niet alleen bij de groet events voor ondernemers, zoals een bedrijfsovername of aanvraag van krediet. We zijn er óók tussen die belangrijke kruispunten in het ondernemersleven van onze klanten.

CROP corporate finance B.V.
Marconibaan 59b
3439 MR NIEUWEGEIN
06-51903779 / HBlokland@crop.nl

MEDIATION GESLAAGD:

EIND GOED, AL GOED?

‘ Eind goed, al goed’, vond een manager na een geslaagde mediation. ‘Streep eronder, zand erover’. Maar is dat wel reeel? Natuurlijk snap ik de euforie van het moment heel goed. Fantastisch als de lucht weer geklaard is. Als er goede afspraken over de samenwerking gemaakt zijn.

VOORTAAN DOEN WE ALLES ANDERS

‘Dat gaat ons niet nog eens gebeuren’, is het voornemen. ‘Voortaan zegt iemand het meteen als iets niet duidelijk is of als er een misverstand dreigt.’ ‘We gaan met elkaar in gesprek en daar nemen we de tijd voor, want nog eens die negatieve energie en slapeloze nachten? Nee, voortaan gaat alles anders!’

WAT IS DE REALITEIT VAN ALLEDAG?

Maar wat is de realiteit? Als de waan van de dag het wint van de goede voornemens. Als er toch geen tijd genomen wordt om kleine misverstanden uit te spreken. Dan zijn de goede voornemens al snel weer weggezakt. En dan komen de verwijten. Of er wordt niet hardop gemopperd, maar ondertussen wordt wel het gezag en de betrouwbaarheid van de ander ondermijnd. Jammer!

HOE VOORKOM JE NIEUWE ERGERNISSEN?

Daarom sta ik in een mediation stil bij de toekomst. ‘Fijn dat de mediation geslaagd is en jullie de samenwerking weer helemaal zien zitten. Maar wat als je op een moment merkt, dat oud gedrag weer de kop opsteekt? Wat doe je dan?’ Het is mijn ervaring dat dit nadenken over de duurzaamheid van de gemaakte afspraken veel misverstanden later voorkomt.

Gefeliciteerd, mediation geslaagd!

Wil je meer weten of eens vrijblijvend sparren over een situatie bij jou op het werk?

Monique Wakelkamp
www.geenruzieophetwerk.nl

UNIEKE PLEK VOOR ZAKELIJKE MEETINGS

HEALEY MUSEUM

In Vreeland is sinds 2012 het enige Healey Museum ter wereld te vinden. Niet alleen leuk om te genieten van alles wat met het automerk te maken heeft, maar ook zeer geschikt als locatie voor bedrijfspresentaties, vergaderingen, diners, lunches, borrels en barbecues.

In 2012 opende een uniek museum in Vreeland haar deuren. Het Healey Museum is namelijk het enige ter wereld! Het is representatief gelegen langs de Vecht, op het terrein van de poloclub Groot Kantwijk, te Vreeland. Vanwege de nabijheid van de N201 is het museum makkelijk te bereiken. Er is parkeergelegenheid voor ca. 50 auto's. Door de omvang en diversiteit van de collectie is deze voor iedere bezoeker interessant. Uiteraard staat er een groot aantal (bijzondere) auto's met de naam Healey, maar ook memorabilia en modelautootjes ontbreken niet. De oprichter, Hans van de Kerkhof, is graag bereid om persoonlijk een rondleiding te verzorgen. Een geheel in Engelse stijl ingerichte sfeervolle museumwinkel completeert het geheel.

BIJEENKOMSTEN

Niet alleen particulieren maar ook bedrijven maken veelvuldig gebruik van het museum voor het organiseren van bijeenkomsten. Zo behoren bedrijfspresentaties, vergaderingen, diners, lunches, borrels en barbecues allemaal tot de mogelijkheden. Het museum kan gezelschappen van 20 tot 100 personen faciliteren. Voor iedere bijeenkomst wordt het museum conform de wensen van de gebruiker en de mogelijkheden van de ruimte speciaal ingericht. De vaste partner voor de catering is Traiteurie Oud Loosdrecht. Traiteurie Oud Loosdrecht bestaat al 25 jaar en is in staat om aan al uw cateringwensen te vervullen.

Voor informatie over de kosten en mogelijkheden verwijzen wij u graag naar de site: www.healeymuseum.nl onder 'locatie verhuur'.

Healey Museum
Groot Kantwijk
Bergseweg 28q
3633 AK Vreeland
www.healeymuseum.nl
Telefoon: 06 81 733 208
Email: info@healeymuseum.nl

Tekst: Aart van der Haagen Fotografie: Marcel Krijgsman

LAGARDE GROEP: NU ÉÉN ORGANISATIE MET KLANTTEAMS

EXPERTISE DIRECT 'ONDER DE KNOP'

Na de recente integratie van Blankestijn Beveiliging, Entris en Excellis treedt Lagarde Groep voortaan als één organisatie naar buiten, met volledige synergie tussen ICT, communicatie en beveiliging. Dat niet alleen, er zijn nu klantteams ingericht die als vast aanspreekpunt fungeren. Eén telefoontje volstaat om direct de juiste expertise in te schakelen.

De vakgebieden ICT, communicatie en beveiliging raken steeds meer met elkaar verweven. Reden voor Lagarde Groep om in de afgelopen jaren al deze disciplines in huis te halen en ermee de diepte in te gaan, wat vandaag de dag een allesomvattende dienstverlening oplevert. "Juist die onderlinge raakvlakken en het feit dat we onze klanten met steeds meer services gingen bedienen zette ons aan het denken over onze organisatiestructuur", zegt teamleider Jan Schuiteman. "We hadden een aantal gespecialiseerde bedrijven onder de paraplu, allemaal met een eigen label, management en voor de klanten afzonderlijke aanspreekpunten, contracten en facturen. Zo zag de ICT-afdeling niet direct wat er op het gebied van communicatie gebeurde etcetera. Sinds 1 april jongstleden vallen alle disciplines onder één bedrijf: Lagarde Groep, als vanouds gevestigd in Ede, Hoevelaken en Putten. Iedereen bij ons werkt nu vanuit één systeem en ziet dus onmiddellijk wat er bij de klant speelt, waarbij ook meteen naar voren komt welke handelingen eventueel al door collega's zijn uitgevoerd. Dat verkort de lijnen aanzienlijk."

CONTACT RECHTSTREEKS

Volgens Matthijs van de Ridder, eveneens teamleider, schept de nieuwe structuur bovendien meer gelegenheid voor cross-selling. "We bieden natuurlijk drie hoofdlijnen in service onder één dak die elkaar aanvullen en versterken. Wanneer de accountmanager zowel ICT, communicatie als beveiliging vertegenwoordigt, kan hij alle mogelijkheden qua dienstverlening onder de aandacht brengen bij de klant en hem de meest complete, passende oplossing voorleggen. Dat betekent een vaste contactpersoon, die zich inhoudelijk volledig ondersteund weet door onze klantteams, die overigens ook nieuw zijn binnen de organisatie. Ze bestaan uit gemiddeld vijf, zes specialisten in verschillende vakgebieden, die fysiek bij elkaar zitten en nauw samenwerken. In het verleden belde een klant met een vraag of een probleem een supportnummer en kreeg de receptie aan de lijn, die op zoek ging naar een collega om een antwoord te geven of een oplossing te bieden. Nu verloopt het contact rechtstreeks met zo'n team, waarbinnen iedereen op de hoogte is van de case en in het systeem direct toegang tot alle gegevens en de actuele stand van zaken heeft. Handig bij afwezigheid van een medewerker, want dan kan een collega het direct overnemen en de klant gericht verder helpen."

DE VAKGEBIEDEN ICT, COMMUNICATIE EN BEVEILIGING RAKEN STEEDS MEER MET ELKAAR VERWEVEN

FEELING KRIJGEN

Schuiteman maakt het verschil met de oude situatie nog wat tastbaarder. "Na het salestraject door de accountmanager kwam de engineer in beeld en na het inrichten van het systeem belandde de klant in geval van vragen of problemen bij de afdeling service. Telkens een ander aanspreekpunt, dus. Nu zitten we met alle specialisten bij elkaar

op de afdeling en voelt iedereen binnen het team zich verantwoordelijk voor de klant. Ontstaat ergens een onzorgvuldigheid, dan word je daar direct mee geconfronteerd en zul je vanzelf actie ondernemen. Daarbij zijn de lijnen letterlijk heel kort, wat het makkelijk maakt om kwesties onderling te bespreken. Bij kennismakingsgesprekken met grote klanten bestaat zelfs de mogelijkheid om er met het complete team of tenminste een aantal mensen op bezoek te gaan, zodat we allemaal feeling krijgen met het bedrijf en de branche. Dat vormt sowieso een speerpunt binnen onze nieuwe structuur. We vinden het belangrijk om niet alleen vanuit de vraag te kijken, maar ook vanuit de organisatie en alles wat daar speelt. Niet voor niets behoort 'inspireren' tot de kernwaarden van Lagarde Groep. Onze medewerkers mogen voor hun beeldvorming gerust zelf eens ervaren wat voor impact het heeft als bij de klant een bepaalde storing optreedt en ineens een afdeling stilvalt."

BRANCHEGERICHT

Lagarde Groep beschikt nu over twaalf klantteams. Van de Ridder geeft aan dat het bedrijf daarmee in de toekomst meer branchegericht wil gaan werken. "Het zal wel even tijd kosten voor we dat bereikt hebben, want niet bij alle sectoren valt het even makkelijk te realiseren. Sowieso willen we niet onnodig schuiven met bestaande relaties, met wie we nu contact onderhouden via vertrouwde aanspreekpunten. De zorg biedt echter al goede mogelijkheden om er een sterke focus op te leggen met het desbetreffende klantteam. Deze sector maakt op grote schaal gebruik van ICT- en communicatieoplossingen, maar op dit moment nog in mindere mate van beveiliging. Dat thema zal door de bezuinigingen op personeel echter steeds belangrijker worden, denk maar aan toegangscontrole die de rol van een receptioniste overneemt. Ik ben zelf voornemens om binnen afzienbare tijd eens een paar dagen rond te lopen bij verschillende instellingen en indrukken op te doen van de processen, ook weer om er feeling mee te krijgen."

AANTAL TICKETS VERMINDEREN

De structuur met klantteams verhoogt volgens Schuiteman de succeskansen om snel en efficiënt problemen definitief uit de wereld te helpen. "Alle meldingen komen nu op één afdeling binnen één systeem terecht. In het verleden maakte de servicedesk een ticket aan, loste die kwestie op en dat gebeurde soms een aantal keren binnen korte tijd rondom hetzelfde probleem, bijvoorbeeld vier keer binnen één week een klacht over een verlopen wachtwoord bij een organisatie. Door nu samen te werken binnen een team, waarbij iedereen de actuele status bij de klant ziet, zijn we veel meer in staat om problemen bij de bron aan te pakken in plaats van aan symptoombestrijding te doen. We streven ernaar om het aantal tickets met de helft te verminderen, ook op het gebied van mutaties, bijvoorbeeld wanneer bij de klant een medewerker in of uit dienst treedt. Een naam toevoegen en verwijderen vergt een aantal handelingen, die je per persoon opnieuw moet doen. Waarom dan niet periodiek de wijzigingen opsparen en ze allemaal in één keer doorvoeren? Dat werkt kostenbesparend en geeft bij de klant minder overlast. Door het aantal tickets te reduceren houden we meer tijd over om ons te focussen op het verbeteren van processen bij onze klanten eventueel bij de klant op locatie. Als een medewerker van ons daar dan toch zit, kan hij wellicht ook andere vragen beantwoorden."

ALLE VERANDERINGEN TEGELIJK

Binnen een opmerkelijk korte tijdspanne van drie maanden realiseerde Lagarde Groep de volledige transitie naar de nieuwe bedrijfsstructuur, met samenvoeging van de verschillende divisies en inrichting van de klantteams. Schuiteman: "In alle eerlijkheid zouden we klanten nooit aanraden om alle veranderingen tegelijk door te voeren, zoals het wijzigen van domeinnamen, het indelen van de teams, het vastleggen van de functies en het aanpassen van de backoffice: systemen, telefoon-

nummers, de centrale, ons intranet en het migreren van de dossiers naar een betere omgeving. Geloof maar dat het ons wat zweetdruppels heeft gekost. Nou scheelt het natuurlijk dat wij in eigen huis over de expertise beschikken om dit gestroomlijnd te laten verlopen en dat onze medewerkers bij strubbelingen het achterliggende verhaal kennen. Dankzij de inspanningen van het ICT-team konden onze klantteams gewoon doordraaien en zich met externe zaken bezighouden, zodat onze relaties nergens hinder van zouden ondervinden. Klaar zijn we trouwens nooit, want zeker in onze branche moet je met de snel veranderende markt meebewegen."

IN ÉÉN KANAAL

Over dat laatste gesproken: Lagarde Groep heeft nu de volle capaciteit om klanten te laten kennismaken met actuele ontwikkelingen, waarvan Van de Ridder er een paar uitlicht. "Telecommunicatie wordt steeds meer ICT-gericht en daarbij zal de samenvoeging van onze expertises goed van pas komen, ook in combinatie met beveiliging, zoals het integreren van camera's in netwerken. We zien dat Skype for Business steeds meer terrein wint en de rol van telefooncentrales overneemt, met zelfs de mogelijkheid om er een lokaal netnummer aan te koppelen. Zelf ontwikkelen we momenteel een tool om alle communicatie in één kanaal onder te brengen, dus appen, chatten, bellen, mailen etcetera. Dan lopen alle stromen via hetzelfde systeem en ziet iedereen binnen een team de laatste stand van zaken, bijvoorbeeld wie welke klant waarmee geholpen heeft. Het zorgt ervoor dat informatie niet versplinterd raakt en maakt rapportage makkelijker. Voor nu en de directe toekomst is de trend dat de klant mag bepalen welk communicatiemiddel hij kiest en dat de dienstverlener daarbij geen verschil maakt in prioriteit en opvolging."

ÉÉN TELEFOONTJE VOLSTAAT OM DIRECT DE JUISTE EXPERTISE IN TE SCHAKELEN

DOCUMENTEN DELEN

In dezelfde lijn ligt SharePoint van Microsoft, een serie samenwerkingstools voor teams. "Centraal hierin staat het delen van documenten, wat zeer eenvoudig werkt, ongeacht waar iemand zit: op de zaak, thuis of elders", legt Schuiteman uit. "Feitelijk moet je het zien als de opvolger van de fileserver, waar iedereen bestanden opslaat. Daar geldt echter als nadeel dat je ze niet kunt delen met derden die geen gebruikersrechten hebben en dat vaak meerdere versies gaan rondzwerven. Bij SharePoint werkt iedereen vanuit hetzelfde document. Sowieso zal de traditionele server steeds meer het veld gaan ruimen en plaats maken voor public cloud, met licenties op basis van betalen naar gebruik en hoeveelheid gebruikers, dus niet meer het kopen van capaciteit gebaseerd op pieken." Ontwikkelingen genoeg, die onderstrepen hoe ICT, communicatie en beveiliging steeds dichter bij elkaar komen te liggen. Lagarde Groep is daar, dankzij de integratie van alle divisies binnen één organisatie en het inrichten van oplossingsgerichte klantteams, helemaal klaar voor.

www.lagardegroep.nl

"Lagarde Groep treedt voortaan als één organisatie naar buiten, met volledige synergie tussen ICT, communicatie en beveiliging", aldus Jan Schuiteman (l) en Matthijs van de Ridder (r).

MINDER CONTROLE, MEER EFFECT

Vertrouwen geven aan je medewerkers. Elke leidinggevende weet het, slechts weinigen doen het. Het is best moeilijk om los te laten, maar door te blijven controleren vertraag je je organisatie. Je haalt niet uit je mensen wat er in zit. En bovendien, was je ooit begonnen aan je baan omdat je zo'n energie krijgt van het checken van andermans werk?

Maar let op: medewerkers van vandaag op morgen 'zo maar' vertrouwen geven, is ook niet de weg voorwaarts. Je hebt een organisatiesysteem nodig dat te vertrouwen is. Daarna kun je de medewerkers ín dat systeem ook vertrouwen.

DE JUISTE WEG NAAR VERTROUWEN

Er zijn drie belangrijke factoren om te slagen:
De eerste is Meesterschap. Zorg er voor dat je goede mensen hebt. Train hen, leid hen op, coach hen, zorg dat ze de besten zijn in hun vak. De beste leraar, verpleegkundige, marketeer of wat voor functie dan ook, doet zijn of haar werk op de allerbeste manier. Mensen die echt goed zijn in hun werk, halen daar ook voldoening uit. Als iemand zijn vak beheerst en dat met plezier uitoefent, kun je vertrouwen geven.

Een tweede factor is Structuur. Ik lees weleens verhalen dat vertrouwen geven gewoon een kwestie van 'doen' is. Maar dat is het niet. Het is eerder een reden waarom het er meestal niet van komt. Een organisatie is geen vrijplaats. Er moet goed werk worden geleverd op een betrouwbare manier. Dat vraagt om een werkaanpak die vertrouwd kan worden. Je wilt een organisatiesysteem dat zichzelf kan bijsturen, waar spanningen tot verbeteringen leiden en waar mensen de ruimte hebben om zich verantwoordelijk te gedragen. Dat vraagt om nieuwe overlegvormen, andere besluitmethoden en andere rolopvattingen.

En dan is er Autonomie. Iemand die zijn vak verstaat en werkt in een structuur die betrouwbare resultaten garandeert, kun je vertrouwen geven. Zo'n persoon stuurt zichzelf, neemt verantwoordelijkheid en voelt zich verbonden met de doelen van de organisatie.

VAN CONTROLETIJD NAAR MOTIVATIETIJD

De leiding van zo'n organisatie houdt opeens tijd over. Wat voorheen controletijd was, wordt nu motivatietijd. Er komt méér tijd voor verbetering, voor klanten, voor plezier en voor dingen die er echt toe doen. Motivatietijd betekent niet alleen tijd om je medewerkers te motiveren. Er komt ook tijd om jezelf te motiveren. Hoeveel tijd neem jij voor jezelf? Een leidinggevende die zichzelf ontwikkelt en ruimte maakt voor zijn hele mens-zijn, is een beter mens. Daar profiteert iedereen van. Jijzelf, je medewerkers, je partner, je gezin, je organisatie, je klanten, je vrienden. Klinkt goed? Welk besluit neem jij vandaag?

Door Jos Rovers, partner bij Het Eerste Huis

HULP NODIG MET VERTROUWEN EN AUTONOMIE?

Praat gerust eens met ons verder over zelfsturing. Leiderschap of teamontwikkeling in je eigen organisatie. Het Eerste Huis geeft richting in complexe en dynamische vraagstukken. We bieden moderne aanpakken voor verandering en ontwikkeling.
Neem contact op via contact@heteerstehuis.nl of +31(0)30-6772513.

BROEKHUIS JAGUAR & LAND ROVER DEELT PASSIE MET KLANTEN

"IEDEREEN HIER HEEFT IETS MET AUTO'S"

Jaguar en Land Rover spreken tot de verbeelding en appelleren aan de emotie. Enerzijds ademen ze een rijke heritage en die typisch Britse sfeer, anderzijds behoren ze tot de meest progressieve merken in de zin van innovaties. Dealerbedrijf Broekhuis aan de A2 bij Utrecht vertegenwoordigt ze met een bevlogen team van jonge mensen, dat de passie met klanten deelt.

Binnen Broekhuis, de vierde grootste dealerholding van Nederland, geniet het bedrijf op Leidsche Rijn als enige Jaguar- en Land Rover-vestiging binnen de groep een bijzondere status. "We bestaan sinds juni 2016 en zitten hier in het nieuwe pand op een perfecte zichtlocatie sinds oktober 2017," vertelt verkoopleider Jurgen Straatman. "Onze twee merken delen veel technische componenten en vullen elkaar qua modellenopbouw juist aan, dus is het logisch dat we ze combineren, iets dat ook voorgeschreven wordt binnen de organisatie." Amper drie jaar oud brengt Broekhuis Jaguar & Land Rover toch veel ervaring mee met de begeerlijke Britse automobielen, enerzijds onder de medewerkers en anderzijds bij de toegewijde directeur Geert-Jan Tax, wiens vader in het verleden jarenlang de officiële import van Jaguar verzorgde.

BROOKS CLASSICS

Het netwerk zorgde voor een vliegende start en inmiddels telt de klantportfolio zo'n 2500 unieke relaties. Straatman: "We werken actief aan onze zichtbaarheid in het rayon, onder andere door zakelijke bijeenkomsten te bezoeken en aan te haken bij evenementen, zoals in mei een Jaguar-circuitdag en de Defender Rally, die hier op de vestiging eindigt. Vooral die laatste trekt een heel specifieke doelgroep, waarmee wij graag kennismaken, aangezien de iconische 4x4 eind dit jaar in een geheel nieuwe gedaante verschijnt." Broekhuis creëert ook op een andere opmerkelijke manier beleving met een verwijzing naar de heritage van de merken, namelijk via het inpandige zusterbedrijf Brooks Classics. "In de showroom hebben we een aparte plek ingeruimd voor een collectie prachtige oldtimers in het hogere marktsegment, geheel gerestaureerd en voor verkoop beschikbaar. Daarbij beperken we ons niet alleen tot Jaguar en Land Rover; je vindt er ook Ferrari's, Aston Martins etcetera tussen. De klanten die hier hun keuze maken bedienen we ook met specialistisch onderhoud. Eén van onze monteurs legt zich grotendeels op klassiekers toe."

PROACTIEF BENADEREN

"In het kader van beleving stellen we ons zich ten doel om jaarlijks minstens twee eigen evenementen te organiseren, bijvoorbeeld sportief toeren met Jaguars in de Eifel en offroad gaan met Land Rovers," vervolgt Straatman. "Iedereen die bij ons binnenkomt, heeft iets met auto's; dat maakt ons vak ontzettend leuk. We streven ernaar om een warme band op te bouwen met onze klanten, iets dat ons jonge team met enthousiasme oppakt. Zo beschikken we over een database waarin we allerlei gegevens van onze relaties kunnen vastleggen, zoals gezinssituatie, beroep en branche, hobby's en mobiliteitswensen. Dat stelt ons in de gelegenheid om hen proactief te benaderen, bijvoorbeeld wanneer er een onderhoudsbeurt zit aan te komen of wanneer er iets interessants speelt, zoals een evenement of de introductie van een nieuw model. We doen ook wel eens een belletje met de uitnodiging om gewoon even bij te praten onder het genot van een kop koffie. Voor mensen die van auto's houden, is het hier best prettig toeven..."

Meer informatie: www.broekhuis.nl/jlutrecht

NEW ALL-ELECTRIC I-PACE

MAAK INDRUK IN ALLE STILTE.

JAGUAR

De nieuwe Jaguar I-PACE is onze eerste volledig elektrische SUV. Hij maakt indruk met zijn aerodynamische design, fantastische handling, All Wheel Drive en actieradius tot 470 km*. Met zijn vermogen van 294 kW (400 pk) accelereert de I-PACE in 4,8 seconden van 0 naar 100 km/h. Volledig elektrisch en tegelijk 100 % Jaguar.

De beste Nieuwkomer 2019

Broekhuis Utrecht
De Heldinnenlaan 215, 3543 MB Utrecht
030 850 75 00

jaguar-utrecht.nl

THE ART OF PERFORMANCE

Gecombineerd verbruik: 21,2 kWh/100 km, CO_2-emissie 0 g/km, *actieradius tot 470 km (WLTP) is afhankelijk van diverse factoren zoals weersomstandigheden en rijstijl. Consumentenprijs vanaf € 80.330 incl. BTW, BPM, registratiekosten, recyclingbijdrage en kosten rijklaar maken. Leaseprijs vanaf € 995 p.m. excl. BTW (bron: Jaguar Fleet & Business Leasing, full operational lease, 60 mnd., 10.000 km/jr.). Wijzigingen voorbehouden.

Fotografie: Marcel Krijgsman

ZAKENAUTOTESTDAG

De Zakenautotestdag van Utrecht Business is uitgegroeid tot een vaste waarde voor regionale autoliefhebbers. Het evenement heeft een beproefde formule; dealers van verschillende merken stellen actuele modellen ter beschikking, ondernemers testen deze auto's en leggen hun bevindingen vast. Ook dit jaar was sprake van een gevarieerde én verrassende automix met voor bijna iedereen wat wils. Met dank aan dealers, deelnemers en de deelnemende locaties natuurlijk!

DEELNEMENDE LOCATIES

Slot Zeist
Zinzendorflaan 1
3703 CE Zeist
www.slotzeist.nl

Healey Museum
Bergseweg 28
3633 AK Vreeland
www.healeymuseum.nl

Restaurant Hotel Café Kastanjehof
Kloosterlaan 1
3749 AJ Lage Vuursche
www.denieuwekastanjehof.nl

Restaurant Op Sypesteyn
Nieuwe Loosdrechtsedijk 150
1231 LC Loosdrecht
www.opsypesteyn.nl

JAGUAR I-PACE

DEALER: BROEKHUIS UTRECHT B.V. **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** JURGEN STRAATMAN

WILLEM RIETDIJK

"Luxe en grote auto die zeer comfortabel rijdt. Pure klasse van een topmerk als het op stijl aankomt. Een super veilige auto bovendien. De stoelen zijn weergaloos en eenvoudig verstelbaar. Qua audiomiddelen en navigatie is de I-PACE voortreffelijk uitgerust. Achterin zit je ook goed, je kan vrijuit werken."

TESSA LOUWERSHEIMER

"Een sportieve auto, met een hoge zit, waarbij je toch nog altijd de weg voor je goed kunt zien. Een optie voor wie een luxe en hoge auto zoekt en elektrisch wil rijden. Het is niet mijn ding, maar zeker wel een leuke auto. Zelf moest ik wennen aan het 'automatische remmen', remmen wanneer je het gas loslaat dus."

NAZIMA RAMDIN

"Ik ben verkocht! In deze auto zit je fantastisch, zijn de audiomiddelen en navigatie meer dan top en de visuele middelen te gek. Qua prijs zit de I-PACE eigenlijk boven mijn huidige budget, maar hij is wel heel erg de moeite waard. Reden voor aanschaf? Omdat ik er verliefd op ben geworden! Ik had 'm op internet al bekeken toen hij net uit was en kon nu eindelijk zelf ervaren hoe fijn en comfortabel dit model is. Daarnaast is hij ook nog eens heel duurzaam. Ik ben echt om. Nu nog sparen of een heel grote klus binnenhalen."

PHILLIPPA WADSWORTH

"Zeer comfortabel, voelt heel veilig en is absoluut representatief. De navigatie is duidelijk en de zitting zeer prettig. Het is fijn dat de airco ook in de zitting aanwezig is. Een heerlijke auto die super rijdt."

PATRICK WAARDIJK

"Een superauto waarin het heerlijk ontspannen rijden is. Qua audio- en navigatiemiddelen erg goed en overzichtelijk. Hij kost behoorlijk wat geld, maar ik vind hem dat wel waard. Aandachtspunt zou het lange opladen kunnen zijn, maar voor iemand die elektrisch wil rijden is dit een heel goede optie."

SPECIFICATIES

Merk: Jaguar
Model: I-PACE
Type: EV400 HSE
Transmissie: Automaat
Cilinderinhoud: 0
Vermogen: 400pk
Koppel: 696 Nm
Acceleratie: 4,8 sec / 100km p uur
Topsnelheid: 200km/uur
Uitrusting (speciale opties): Head Up Display, Adaptive Cruise Control, Steering Assist, Stoelverwarming en ventilatie, 4-zone Climate, 18-voudige stoelen, Park Assist, 360gr camera, Activity Key, Matrix LED koplampen, Apple Carplay
Verkoopprijs: € 111.132,-
Vanaf prijs: € 81.800,-
Informatie: Uit voorraad leverbaar met registratie uit 2018 en daardoor 4% volledige bijtelling

JAGUAR XE 2.0

DEALER: BROEKHUIS UTRECHT B.V. **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** JURGEN STRAATMAN

NAZIMA RAMDIN

"Mooi, veilig, prettig en heel representatief. De stoelen zitten makkelijk en comfortabel, het navigatiescherm is mooi groot en de achteruitrijcamera prima. Met € 53.000,- vind ik de prijs voor deze auto bijzonder goed."

BART EIKELENBOOM

"Een hele mooie auto. Hij rijdt heerlijk, heeft een goed vermogen en is heel representatief. Voorin zit je lekker, de ruimte achterin is wat beperkt, waarbij ook het zicht door de kleine ramen wat minder is. De prijs-kwaliteitverhouding is oké. Hij rijdt echt lekker, heeft een mooie sportieve uitstraling en heeft een fijne motor."

MARK DERKS

"Mooi om te zien. Sportief, met een fijne motor en een goede zit. Dankzij het touchscreen is de bediening van de navigatie en dergelijke eenvoudig om te doen. Mooi, luxe en toch sportief, voor een prima prijs voor de auto die je ervoor krijgt."

CHARLES CRAWFURD

"Topklasse comfort. Zeer soepele motor en bak, uitstekende afwerking. De comfortabele stoelen zijn eenvoudig in te stellen en de navigatie is eenvoudig te bedienen en heeft een mooi groot scherm. De prijs vind ik aan de stevige kant, gevoel voor allure en statuur zou een reden voor aanschaf kunnen zijn. Echt een mooie auto voor de klassieke mens."

HENRI RELYVELD

"Een mooie, snelle en comfortabele auto. Het zitcomfort is perfect en past bij deze prijsklasse. De prijs is in mijn ogen prima. Je krijgt er veel auto voor, van toch een bijzonder merk."

SPECIFICATIES

Merk: Jaguar
Model: XE
Type: 2.0T Premium Edition
Transmissie: Automaat
Cilinderinhoud: 1.997cm³
Vermogen: 200pk
Koppel: 340 Nm
Verbruik: 1:13,9
Acceleratie: 7,6sec / 100km p uur
Topsnelheid: 230km/uur
Uitrusting (speciale opties): Touch Pro Navigatie systeem, Elektrische stoelen, Winter pakket, Apple Carplay
Verkoopprijs: € 53.897,-
Vanaf prijs: € 49.750,-
Informatie: www.broekhuis.nl

RANGE ROVER EVOQUE

DEALER: BROEKHUIS UTRECHT B.V. **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** JURGEN STRAATMAN

HENRI RELYVELD

"Bijzonder, luxe en met een mooie afwerking. De hoge zitpositie is erg prettig. De 'camera-spiegel' binnen vind ik erg mooi en handig. Wie deze auto aanschaft maakt met de looks en het design wel echt een statement, al vind ik de prijs wat fors."

MARK DERKS

"Met alle respect zou ik deze Evoque omschrijven als een 'vrouwenauto' wanneer je 'm vergelijkt met zijn grotere broer. Hij zit lekker en erg ruim. Het is fijn dat Apple CarPlay mogelijk is, maar persoonlijk vind ik het jammer dat hierbij een kabeltje nodig is."

BART EIKELENBOOM

"Een mooie auto, die het door zijn gewicht niet van zijn snelheid moet hebben. De zit is prima, zowel voor- als achterin. Gewoon een fijne auto, maar van mij mag het wel wat pittiger."

PATRICK WAARDIJK

"Een zeer comfortabele auto. Hij rijdt rustig en biedt veel opties die het rijden ontspannen maken. Fijn dat de navigatie ook in het dashboard te zien is. Ook de spiegel met achteruitkijkcamera is heel erg fijn."

SPECIFICATIES

Merk: Range Rover
Model: Evoque
Type: P200 R-Dynamic Hello Edition
Transmissie: Automaat
Cilinderinhoud: 1997cm^3
Vermogen: 200 pk
Koppel: 365 Nm
Verbruik: 1:12,5
Acceleratie: 7,5 sec / 100km p uur
Topsnelheid: 230 km/uur
Uitrusting (speciale opties): Head Up Display, Adaptive Cruise Control, Steering Assist, Park Assist, 360gr camera, Matrix LED koplampen, Apple Carplay, ClearSight Binnenspiegel
Verkoopprijs: € 66.990,-
Vanaf prijs: € 61.990,-
Informatie: www.broekhuis.nl

ALFA ROMEO GIULIA

DEALER: VIREO AUTO AMERSFOORT **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** HENK HIENSCH – ONNO DE BOER

HENRI RELYVELD

"Een topauto! Zeer comfortabel, snel en sportief. Het zitcomfort is prima en past bij de prijscategorie van deze auto. Het design – ook qua interieur, audiomiddelen en navigatie – is schitterend. De prijs vind ik fors, maar je krijgt er wel een heel dynamische auto voor, die perfect past bij de historie van het merk Alfa Romeo."

CHARLES CRAWFURD

"Een beauty met de degelijke afwerking van een Italiaans maatpak! De zitting is voor mij wel wat kort. Je krijgt voor een redelijke prijs heel veel auto én rijplezier. Een top auto die je echt met je hart koopt."

NAZIMA RAMDIN

"Echt een cool model. Een veilige en uiterst comfortabele auto met een mooie afwerking. Audiomiddelen en navigatie zijn goed. Het is leuk hoe het scherm wordt opgedeeld in twee delen bij het achteruitrijden. De prijs-kwaliteitverhouding is ook in orde."

PHILLIPPA WADSWORTH

"Fantastisch! Ik heb 'm even op de snelweg kunnen testen. Trekt lekker op en ligt uitstekend op de weg. De zit is in een beetje laag, maar dat maakt 'm ook weer lekker sportief. Ik zou deze auto zelfs sexy willen noemen. De prijs-kwaliteitverhouding is in mijn ogen prima, maar ik vermoed dat een meer aangeklede variant wel prijzig zal zijn. Al met al heb ik één woord voor deze auto: super!"

MARK DERKS

"Een fijne auto, die erg soepel 'schakelt'. De zit is prima, maar is in deze uitvoering jammer genoeg niet elektrisch instelbaar. De achteruitrijcamera is goed, de afwerking van het mediascherm erg mooi en het menu overzichtelijk. Ik heb sowieso een zwak voor Italiaanse auto's, alleen dat zou al een reden voor aanschaf kunnen zijn."

SPECIFICATIES

Merk: Alfa Romeo
Model: Giulia
Type: 2.0T Super
Transmissie: automaat
Cilinderinhoud: 1995 cc
Vermogen: 200 pk
Koppel: 330 Nm/1750 tpm
Verbruik: 1 op 16,7
Acceleratie: (0-100 km/u) 6,7 sec.
Topsnelheid: 235 km/u
Uitrusting (speciale opties): Driver assistance pack, Connect 8,8" infotainment, Sport Pack
Verkoopprijs: € 58.424,-
Leaseprijs : € 1102,- per maand (excl. BTW, 48 mnd, 20.000 km/jaar)
Vanaf: € 43.450,-
Informatie: www.www.vireoauto.nl

SUBARU OUTBACK

DEALER: VIREO AUTO AMERSFOORT **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** HENK HIENSCH – ONNO DE BOER

WILLEM RIETDIJK

"Een fraaie en zeer comfortabele vierwielaangedreven auto. Rijdt als een zonnetje, met veel comfort, maar toch oerdegelijk en robuust. De wegligging is uitzonderlijk. Zeer zeker geen dertien in een dozijn auto, maar juist een opvallende verschijning. Zowel qua interieur als exterieur een erg fraai design en bovendien een interessante prijs."

CINDY KAIJSER

"Veel ruimer dan ik in eerste instantie dacht. Daardoor ook zowel voor als achter voldoende beenruimte. De prijs vind ik wat hoog. Als ik deze auto zou aanschaffen dan zou dat echt voor de ruimte zijn."

BART EIKELENBOOM

"Mooie auto die lekker rijdt. De stoelen zijn fijn, ook achterin heb je heerlijk de ruimte. Het vermogen zou van mij persoonlijk wat groter mogen zijn. De navigatie is prima, duidelijk en overzichtelijk. Al met al een mooie en nette auto die ik zeker positief beoordeel."

PATRICK WAARDIJK

"Zeer compleet en comfortabel en vooral heel veel ruimte. Qua audiomiddelen en navigatie heb je alles wat je nodig hebt: compleet en duidelijk. Volgens verkoper Henk heeft deze auto een enorme trekkracht. Dat zou 'm interessant kunnen maken voor onze (hobby) foodtruck: de Bitterballen Juwelier."

SPECIFICATIES

Merk: Subaru
Model: Outback 2.5i
Type: Premium
Transmissie: automaat (CVT)
Cilinderinhoud: 2498 cc
Vermogen: 175 pk
Koppel: 235 Nm/4000 tpm
Verbruik: 7,3l / 100km
Acceleratie: (0-100 km/u) 10,2 sec.
Topsnelheid: 198 km/u
Uitrusting (speciale opties): All Wheel Drive
Verkoopprijs: € 51.195,-
Leaseprijs : € 870,- per maand (excl. BTW, 48 mnd, 20.000 km/jaar)
Vanaf: € 46.995,-
Informatie: www.www.vireoauto.nl

MAZDA 3

DEALER: AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSSEN BV

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: SAM MOHAMOUD ALI EN FRANK SLAGTER

TESSA LOUWERSHEIMER

"Een leuke auto, sportief en compact. Met name de koplampen vind ik erg mooi. Het stuur is fijn, het zitcomfort in orde. Qua navigatie vind ik het jammer dat er geen touchscreen is. Een leuke auto voor een leuke prijs, maar voor mij persoonlijk te laag en te klein. Wat me nog opviel is het goede zicht dat je hebt bij het verlaten van een rotonde. Van een dode hoek is geen sprake."

CHARLES CRAWFURD

"Een luxe afwerking een een stille motor vallen meteen op. Hij voelt erg sportief aan. De stoelen zijn wat kort, maar wel fijn, met voldoende zijdelingse steun. Aan de navigatie moest ik erg wennen, bovendien was er erg veel informatie af te lezen op het dashboard, waardoor het soms even zoeken is. Voor de prijs die je betaalt krijg je veel auto. Als ik ooit een aanschaf zou overwegen, dan zou het zijn vanwege de goede prijs-kwaliteitverhouding. Kort samengevat: een sportief ogende, prettig rijdende auto met een zeer rijke en luxe uitrusting."

PERRY KRUIN

"Een representatieve, comfortabele en veilige auto. De leren stoelen met stoelverwarming zijn ronduit top en dat geldt ook voor de slimme hulpmiddelen, zoals de 'keep your lane' assistent en de camera. De prijs vind ik erg goed en het maakt deze auto een goede nieuwe zet van Mazda. Enig puntje van kritiek is dat de navigatie een update nodig heeft."

PHILLIPPA WADSWORTH

"Ik vond het een hele fijne en comfortabele auto, die heerlijk rijdt en stuurt. De stoelen zijn erg comfortabel en de camera werkt prima, al piept hij naar mijn smaak wel erg snel als er iets een beetje in de buurt komt. Reden van aanschaf zou de goede prijs-kwaliteitverhouding kunnen zijn. Verder gewoon een erg fijne auto."

SPECIFICATIES

Merk: Mazda
Model: Mazda 3
Type: Skyactiv-G 122 6MT Luxury
Transmissie: Manual
Cilinderinhoud: 1988 cc

Vermogen: 122 pk
Koppel: 213Nm
Verbruik: 5,1 liter op 100km
Acceleratie: n.n.b.
Topsnelheid: 197km/u

Verkoopprijs: € 31.400,-
Leaseprijs : vanaf € 369,- euro per maand (excl. BTW)
Vanaf prijs: € 26.250,-
Informatie: www.knoopweb.nl

DRIVE TOGETHER

mazda

NIEUWE MAZDA3

NU RIJKLAAR VANAF € 27.160,-

- Nieuwe benzinemotoren met mild hybrid-techniek
- Prachtig nieuw KODO-design
- Zeer rijke standaarduitrusting

INTRODUCTIEAANBOD:
GRATIS BOSE® AUDIO*
T.W.V. € 850,-

OPERATIONAL LEASE
VANAF € 369,-
PER MAAND
(10.000KM / 60 MAANDEN)

NETTO BIJTELLING VANAF
€ 184,- PER MAAND

KNOOP AUTOBEDRIJVEN
Vertrouwen zeker

AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSSEN
Kometenweg 7 | 3606 BD Maarssen | 0346 - 586444
www.knoopweb.nl |

Gemiddeld verbruik Mazda3: van 4,1 tot 5,6 liter per 100 km / van 24,4 tot 17,9 km per liter / CO2-uitstoot van 106 tot 128 g/km. De vermelde NEDC waarden voor het gecombineerde brandstofverbruik en de CO2-uitstoot zijn terugbepaald naar de waarden overeenkomstig de oude NEDC-testmethodiek. Prijzen incl. BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijzen excl. metallic/mica lak en eventuele opties. Bose(R) introductieaanbod geldig bij aanschaf van een Mazda3 en enkel van toepassing op de Comfort uitvoering, met uiterste registratiedatum 30 september 2019. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. Prijswijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en voorwaarden: www.mazda.nl. Operational Lease aanbod wordt aangeboden door Mazda Leasing. Genoemd maandbedrag is gebaseerd op een looptijd van 60 maanden en 10.000 km/jaar incl. rente, afschrijving, reparaties, onderhoud, banden, wegenbelasting, verzekering en pechhulp. Het maandbedrag is exclusief BTW, brandstof, en eventuele opties. Bijtelling afgerond op hele euro's naar boven en is gebaseerd op de fiscale waarde (adviesprijs exclusief kosten rijklaar, exclusief dealeropties) en een belastingtarief van 38,10%.

MAZDA CX-5

DEALER: AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSSEN BV

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: SAM MOHAMOUD ALI EN FRANK SLAGTER

PATRICK WAARDIJK

"Deze comfortabele auto heeft me zeer aangenaam verrast. De auto-pilot is top en de zittingen zijn zeer prettig en comfortabel. De prijs-kwaliteitverhouding is zeer goed. Ik zou hier op voorhand nooit over nagedacht hebben, maar deze auto zou nu opeens zomaar een optie kunnen zijn!"

NAZIMA RAMDIN

"Erg mooi. Het dashboard met leer is fraai, je ziet en voelt de Japanse precisie. De achteruitrijcamera met het beeld boven de auto had ik nog niet eerder gezien. De Business Editie van de CX-5 is er voor zo'n € 37.000,-, een geweldige prijs voor deze auto!"

CINDY KAIJSER

"Classy en sportief. Trekt snel op en is – ook achterin – lekker ruim. Ook de stoelen zijn fijn, alles is tot in detail te verstellen. Het head up display is mooi en veilig. Als je kijkt naar de uitstraling en uitrusting, dan vind ik de prijs erg meevallen. Die goede prijs-kwaliteitverhouding zou dan ook een reden van aanschaf kunnen zijn. Al met al een prima auto die zowel qua uitrusting, ruimte en hoge zit aan alle belangrijk zaken voldoet. Van mij krijgt 'ie een 9!"

PERRY KRUIN

"Een super comfortabele en zeer representatieve auto. Het zitcomfort is top en lekker hoog, het geluid van het audiosysteem is fraai en de navigatie mooi en overzichtelijk. Sowieso is het qua visuele hulpmiddelen echt prachtig wat deze auto te bieden heeft."

SPECIFICATIES

Merk: Mazda
Model: CX-5
Type: Skyactiv-G 194 6AT Signature
Transmissie: automaat
Cilinderinhoud: 2488 cc

Vermogen: 194 pk
Koppel: 258
Verbruik: 7,0 liter op 100 km
Acceleratie: 0-100 km/u in 8,9 sec.
Topsnelheid: 204 km/u

Verkoopprijs: € 48.750
Leaseprijs: vanaf € 455,- euro per maand (excl. BTW)
Vanaf prijs: € 34.050,-
Informatie: www.knoopweb.nl

ACS INNOVATIVE AUDIOVISUAL SOLUTIONS

EEN EVENEMENT ORGANISEREN EN DE WEG KWIJT IN DE AV-JUNGLE?

Loopt u, als inkoper van AV, ook vaak tegen een onoverzichtelijke jungle aan van technische begrippen, afkortingen en jargon? Onze medewerkers zijn daarin de ideale gids en helpen u graag de weg te vinden.

MEER INFORMATIE? Bel met 020 606 93 40 of stuur een email naar info@acsaudiovisual.com | www.acsaudiovisual.com

KNVB | CAMPUS

IEDEREEN IS WELKOM

VERGADEREN

BUSINESS EVENT

TEAMBUILDING

Woudenbergseweg 56-58 3707 HX Zeist | 0343 491 424 | info@knvbcampus.nl | www.knvb.nl/campus

DS 7 CROSSBACK

DEALER: DS STORE UTRECHT POWERD BY VAN OORD **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** FLORIS VAN OORD

TESSA LOUWERSHEIMER

"Heel presentatie, stoer en elegant! De stoelen hebben mooie leren bekleding en zijn makkelijk in te stellen, zelfs de achterstoelen. Ik vind de looks echt mooi en stoer, je krijgt een zeer complete auto voor je geld. Echt een top auto!"

BART EIKELENBOOM

"Deze auto rijdt prima en biedt genoeg ruimte. De hoge instap is prettig en het comfortgehalte is hoog. De prijs-kwaliteitverhouding lijkt me prima."

PHILLIPPA WADSWORTH

"Ligt lekker op de weg en ziet er stoer uit. Zelfs de achterbank kun je naar achteren bijstellen, erg fijn! Het geluid uit het audiosysteem is erg goed en het is fijn dat de achteruitrijcamera automatisch wisselt met het beeld van de navigatie. Een prima auto, die er ook nog eens top uitziet!"

WILLEM RIETDIJK

"Een zeer complete auto met vier rijstanden. Met name 'Sportief' rijdt erg prettig. Het exterieur kent een fantastisch gestileerd design. Veel comfort, zowel voor- als achterin, waarbij de stoelen echt als gegoten zitten. DS staat voor pure en chique klasse en dat is te zien. Een fantastische reiswagen met veel ruimte, die garant staat voor veel rijgenot."

TON AX

"De DS 7 vond ik een verrassend goede auto. Dat had ik op voorhand niet direct verwacht. Hij is rijk bedeeld met technische snufjes en mooie visuele hulpmiddelen en ook het zitcomfort is verrassend goed. De prijs-kwaliteitverhouding is uitstekend. Hij is het geld dankzij de zeer luxe uitvoering zeker waard."

SPECIFICATIES

Merk: DS
Model: 7
Type: Performance line
Transmissie: 8 traps automaat
Cilinderinhoud: 1600cc
Vermogen: 180 PK
Koppel: 250 Nm
Verbruik: 5.9 (l/100 km)
Acceleratie: 8.9 sec 0-100
Topsnelheid: 220 km/h
Uitrusting (speciale opties): Speciale lak Rouge Absolu
Verkoopprijs: € 57.490,-
Leaseprijs : Full Operational Lease vanaf € 726 p/m (excl. BTW)
Vanaf prijs: € 40.890,-
Informatie: www.vanoord.nl/ds/ds-7-crossback

Woudschoten
Hotel & Conferentiecentrum

GRATIS FEESTZAAL

Voor elke feestelijke gelegenheid zoals een eindejaars- of nieuwjaarsbijeenkomst, biedt Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in de maanden december en januari de perfecte ruimte **gratis** aan.
Kijk voor meer informatie op woudschoten.nl/feestdagen.

evenementen | congressen | vergaderen | overnachten

het is onze natuur

AUDI E-TRON

DEALER: MUNTSTAD **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** SANNA VAN DER LEEUW

TON AX
"Overweldigend! Voor mij de beste auto van allemaal. Het zitcomfort is geweldig, de prijs-kwaliteitverhouding verbluffend. Alleen de navigatie vind ik niet duidelijk. Een auto die ik graag zou willen hebben."

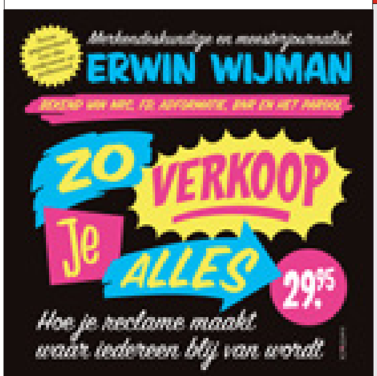
TESSA LOUWERSHEIMER
"Heerlijk, heel comfortabel en mooie afwerking. De spiegels zijn tof, het navigatiesysteem is even wennen. Grappig dat je kunt 'tekenen' in plaats van typen. De wegligging is fantastisch."

CHARLES CRAWFURD
"Zeer luxe en representatief. De elektrisch bedienbare zetels geven ruim voldoende steun en de digitale buitenspiegels en bedieningsmiddelen zijn top! In verband met de beperkte actieradius voor mij persoonlijk niet interessant, maar wel een zeer mooie en degelijke auto."

MARK DERKS
"Heerlijk! Futuristisch en sportief en ook met mijn 1.90 meter lengte is het zitcomfort goed en prettig. De prijs is prima in verhouding met wat je er voor krijgt. De auto rijdt fijn, is stil en biedt veel comfort."

CINDY KAIJSER
"Groot, luxe en geweldige technische snufjes. Een camera in plaats van spiegels is even wennen, maar wel een mooi systeem. De prijs is behoorlijk, maar daar krijg je dan ook wel veel auto voor. De actieradius mag van mij wat groter zijn. Reden voor aanschaf zou voor mij het luxe gevoel zijn."

SPECIFICATIES
Merk: Audi
Model: E-tron
Type: Advanced exterieur 55 quattro
Transmissie: automaat
Vermogen: 360pk (408pk met boost)
Koppel: 664 nm
Verbruik: 23,7 kWh – 26,6 kWh
Acceleratie: 6,6 sec (5,7 sec boost)
Topsnelheid: 200 km/h
Verkoopprijs: €114.466,-
Leaseprijs : vanaf 899 euro per maand (excl. BTW)
Vanaf: € 84.100,-
Informatie: www.muntstad.nl

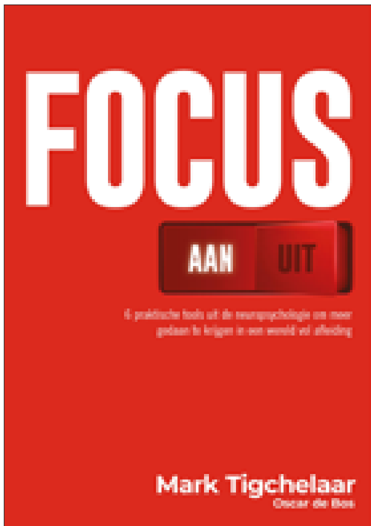


ZO VERKOOP JE ALLES

DOOR ERWIN WIJMAN

Dat consumenten geen rationele wezens zijn, wordt eens te meer duidelijk na lezing van Erwin Wijmans nieuwste boek. Gratis doet wonderen en schakelt het gezonde verstand uit. Vergelijkingsmateriaal is een vereiste. Het geeft een potentiële koper context en kan door kenmerken en prijs helpen om deze in een bepaalde richting te sturen. Imago is belangrijker dan het daadwerkelijke prijsniveau. Scherpe aanbiedingen laten een prijsvechter vermoeden maar fungeren in werkelijkheid als lokkertjes; klanten schaffen vaak iets anders aan dat elders goedkoper is.
Het is zaak om al deze kennis gericht in te zetten. Zo verkoop je alles bevat een stortvloed aan technieken voor succesvolle reclame en marketing. Vervat in meer dan 800 tips, belooft de auteur. Hieruit kan de lezer zijn eigen selectie samenstellen, of hij nu zzp'er is of voor een multinational werkt. Want verkoopwetten zijn universeel.

352 pag.
ISBN 978-94-6126-331-5.
€ 29,95. Haystack.



FOCUS AAN/UIT

DOOR MARK TIGCHELAAR
MET OSCAR DE BOS

Vasthouden van concentratie is moeilijker dan ooit. Het aantal prikkels dat voor afleiding zorgt, is enorm. Werk, privé, digitale communicatiemiddelen en sociale media strijden om een beperkte hoeveelheid tijd. Dat tijdens rustpauzes vaak als vanzelfsprekend de smartphone wordt gepakt, weerhoudt het brein ervan om te ontspannen. Onze hersenen krijgen geen moment rust. Dat zorgt voor stress en vergroot de kans op een burn-out, stelt Mark Tigchelaar. Met Oscar de Bos schreef hij Focus Aan/Uit dat vier belangrijke concentratielekken onderscheidt. Allereerst saaie activiteiten waardoor we onbewust op zoek gaan naar extra prikkels. Dat gaat ten koste van de concentratie. Te veel interne prikkels vormen een volgend lek; tijdens een taak toch snel even iets anders doen. Ook te veel externe prikkels (mail, telefoon, collega's) en te weinig brandstof door mentale vermoeidheid zorgen ervoor dat onze concentratie verslapt. Focus aan/uit leert om concentratielekken te onderkennen en helpt bij het dichten ervan.

224 pag.
ISBN 978-90-0035-969-1.
€ 20,-. Spectrum.

DE ONSTERFELIJKE ONDERNEMING

DOOR FONS VAN DIJCK

Als het gaat om de levenscyclus van bedrijven wordt Kodak vaak genoemd. Ooit onbetwiste marktleider in fotografie miste het concern de digitale boot volledig. Hoe zorgt een bedrijf wel voor het eeuwige leven? In elk geval niet door klakkeloos elke vermeende disruptieve ontwikkeling te volgen, stelt Fons Van Dyck in De onsterfelijke onderneming. In dit boek cumuleert de merkenstrateeg zijn inzichten en langjarige ervaring. Er is een scherpe langetermijnfocus nodig met oog voor de impact op alle stakeholders. Daarbij is het zaak om evenwicht te vinden tussen consistentie en de noodzaak tot verandering. Rode draad in het boek is de geschiedenis van Apple. Die was zeker niet zonder hobbels; het bedrijf ging een aantal keren bijna failliet en vond zichzelf herhaaldelijk opnieuw uit. Velen vroegen zich af of Apple haar succes kon continueren na het overlijden van boegbeeld Steve Jobs. Het antwoord kennen we inmiddels. De onsterfelijke onderneming bevat ook ervaringen van mensen als Christian Van Thillo (Persgroep) en supermarktondernemer Jef Colruyt.

240 pag.
ISBN 978-94-0145-593-0.
€ 29,99. LannooCampus..

DE ZELFBEWUSTE LEIDER

DOOR GODFRIED IJSSELING

Het is a hell of a job om als leider succesvol richting te geven in een omgeving die steeds sneller verandert. Veel leiders vullen hun rol oppervlakkig en marginaal in, zonder de essentie te raken. Daartoe moeten zij allereerst de blik naar binnen richten, stelt Godfried IJsseling.
Want als in de innerlijke wereld verwarring heerst of tegenstrijdigheden de overhand hebben, hoe kun je dan anderen de weg wijzen in een steeds dynamischer buitenwereld?
IJsseling begeleidt al ruim twintig jaar leiders als trainer bij de Baak. Met zijn boek wil hij helpen bij de zoektocht naar de innerlijke bron van gedachten, emoties en drijfveren. Dit maakt leiders bewuster van zichzelf, zorgt ervoor dat zij alerter waarnemen en observaties beter kunnen duiden. Dit letterlijke zelfbewustzijn vormt de grondslag voor authentiek, krachtig leiderschap.

184 pag.
ISBN 978-94-6319-140-1.
€ 22,50. Scriptum.

DE NIEUWE CAMRY HYBRID

LEAD THE CHANGE

TOYOTA

ALWAYS A BETTER WAY

NU VANAF
€ 39.995,-

NETTO BIJTELLING VANAF
€ 519,- P/M*

VAN BUSINESSCLASS NAAR CAMRY CLASS

Ons vlaggenschip staat nu in de showroom. Het schitterende design van deze sedan, het voortreffelijke comfort en de overdaad aan intuïtieve technologie: dit is een auto die in alles zelfvertrouwen uitstraalt. Het rijcomfort van de Camry is een klasse apart. Ervaar de elegantie, verrijkt met de geavanceerde hybride technologie van Toyota waarmee u tot 50% van de tijd elektrisch rijdt**. Met de Camry krijgt u gewoon meer sedan voor uw geld. Dat ervaart u het beste tijdens een proefrit. Ga daarvoor naar www.toyota.nl of kom meteen bij ons langs. **Lead the change.**

Brandstofverbruik varieert van 4,3 l/100 km (23,2 km/l) – 4,4 l/100 km (22,7 km/l). CO_2 98-101 gr/km.

* O.b.v. 60 maanden en 10.000 km en 12 schadevrije jaren. ** Het daadwerkelijke te halen percentage is afhankelijk van de gebruiksomstandigheden, voertuigconfiguratie, acculeeftijd en -conditie, rijstijl en de gebruiks-, omgevings- en klimaatomstandigheden. Prijs inclusief BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijswijzigingen en typefouten voorbehouden. Vraag uw Toyota-dealer naar de voorwaarden. Afgebeeld model Camry 2.5 Hybrid Premium t.w.v. 47.495,-.

Auto Totaal Service

Huis ter Heide, Blanckenhagenweg 12-14, 030-6981910, toyota-zeist.nl
Nieuwegein, Betuwehaven 2, 030-6042694, toyota-nieuwegein.nl

e-tron
Electric has gone Audi
De eerste volledig elektrisch aangedreven Audi is gearriveerd en dit is pas het begin. Dankzij vooruitstrevende technologie is de Audi e-tron bij een high-power laadpunt binnen een half uur weer 80% opgeladen. De Audi e-tron bevat standaard Audi e-care, een uitgebreid servicepakket. Hiermee heb je onder andere 6 jaar gratis onderhoudsinspecties en APK, 8 jaar fabrieksgarantie op de accu, 2 jaar fabrieksgarantie en mobiliteitsgarantie. Ontdek de nieuwe Audi e-tron in onze showroom. Je bent van harte welkom.
Je kunt de Audi e-tron leasen v.a. € 899,- per maand. De netto bijtelling bedraagt € 301,34.*
muntstad
Muntstad Utrecht - Landzigt 8, 3454 PE De Meern
Muntstad Zeist - Blanckenhagenweg 10, 3712 DE Zeist
Telefoon 030 - 29 69 000
www.muntstad.nl
*Full Operational Lease tarief o.b.v. looptijd 60 maanden 10.000 km per jaar inclusief vervangend vervoer en eigen risico bij schade van € 150.
Netto bijtellingsbedragen per maand berekend met 38,10% inkomstenbelasting.