

**UTRECHT**

www.utrechtbusiness.nl | Jaargang 37 | nummer 3 | september 2023

# BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE REGIO UTRECHT



**UTRECHT, HEART OF HEALTH: UITHANGBORD VOOR DE REGIO  
"KIEZEN IS GEKOZEN WORDEN"**

**DERDE UTRECHT SCIENCE WEEK  
WETENSCHAP MET MAATSCHAPPELIJKE IMPACT**

**OFM. EN FC UTRECHT SPELEN ELKAAR DE BAL TOE**



# KOPLOPERS IN HOUTBOUW

Om de wereld leefbaar te houden voor toekomstige generaties, moet de opwarming worden tegengegaan en de CO2-uitstoot naar beneden. In een tijd waar energie duurder wordt, de prijs stijgt van traditionele energie-intensieve bouwmaterialen zoals staal en beton en de bouwrijfstelling voor stikstof is vervallen, lijkt bouwen onmogelijk te worden.

Wij zien kansen voor vernieuwing, maar maak eerst gebruik van wat er is, verbeter waar mogelijk, en breid uit waar het moet. In al deze stappen is hout een kansrijk materiaal zonder het milieu extra te belasten. Wij ontwerpen om verantwoord te bouwen, op een lichtere, schonere manier, meer nauwkeurig, minder afval, met minder zwaar materieel, biobased en daarmee niet uitputtend, maar hernieuwbaar, kortom: Bouwen in hout!

Deelt u deze ambitie of bent u benieuwd naar de mogelijkheden die houtbouw voor u biedt?

nieuwe  
architecten





## WENNINKS WAARSCHUWING

Peter Wennink wond er geen doekjes om bij de opening van het academisch jaar van de TU Eindhoven. De CEO van technologieconcern ASML zet grote vraagtekens bij het Nederlandse industriebeleid. “We lopen het risico achterop te raken omdat er geen duidelijke visie is, geen focus op de lange termijn.”

Als we niet snel veranderen, mist Nederland volgens Wennink de boot. “De VS leiden de digitale revolutie, Azië de transitie naar hernieuwbare energie.” Hij pleit ervoor het industriebeleid te vervangen door innovatiebeleid. Bedrijfsleven, overheid en kennisinstellingen moeten de handen ineenslaan en de gezamenlijke inspanningen richten op cruciale transities.

Vertegenwoordigers van deze bloedgroepen – de triple helix – vormen samen de Economic Board Utrecht. Dit topnetwerk van CEO’s en bestuurders adviseert, lobbyt én plaatst de regio Utrecht internationaal in de etalage. Focus is daarbij een voorwaarde, stelt directeur Michiel Dijkman. “Kiezen is gekozen worden. Een collectieve focus helpt ook om regionale stakeholders te verbinden.”

Utrecht, Heart of Health is het centrale thema waarmee Utrecht internationaal naam wil maken. Dit statement refereert aan de regio als kloppend hart van een gezonde samenleving, met gezonde mensen in een gezonde leefomgeving. Het sluit aan bij de drie sterke economische clusters: gezondheid, duurzaamheid en digitalisering. Daarmee covert Utrecht veel van de transities waar Wennink op doelt. Showcase is het Utrecht Science Park waar wetenschap, onderwijs en ondernemerschap samen bijdragen aan een gezonde, duurzame samenleving.

Volgens de ASML-topman tikt de klok door voor Nederland. “Als we de bakens niet tijdig verzetten, zijn we over tien jaar geheel afhankelijk van de VS en vooral van Azië.” Wennink verwijt politiek en samenleving daarbij zelfgenoegzaamheid met een filmtitel als prikkelende metafoor: *fat, dumb and happy*. Dat laatste kan kloppen in Utrecht, de eerste twee geenszins. Uit de Regionale Monitor Brede Welvaart van het CBS blijkt dat deze provincie het hoogste opleidingsniveau van Nederland heeft. Relatief veel Utrechters vinden dat ze een (zeer) goede gezondheid hebben, overgewicht komt het minst vaak voor.

Ook de regionale economie verkeert in goede gezondheid. Onlangs werd Utrecht uitgeroepen tot meest competitieve economische regio van Europa. Maar ondanks deze positieve uitgangspunten moet ook Utrecht de waarschuwing van Wennink ter harte nemen. Dijkman beseft zich dat terdege: “Ontwikkelingen gaan razendsnel. Rust je als regio op je lauweren dan sta je zo op achterstand.”

Hans Hajée





- 6 Utrecht Heart of Health: uithangbord voor de regio
- 15 Europese arbeidsmarkt biedt kansen
- 17 Verkiezing Biltse Ondernemer van het Jaar
- 18 Derde Utrecht Science Week
- 22 OFM. en FC Utrecht spelen elkaar de bal toe
- 25 VNO-NCW Midden krachtig regionaal netwerk voor echt ondernemerschap
- 28 Ontzorgen zit in de harten bij Kasteel De Hooge Vuursche
- 33 Seksueel grensoverschrijdend gedrag op de werkvloer
- 34 Lambo rijden aansprekend alternatief voor golfclinic
- 36 Fort de Gagel: duurzame toekomst voor historisch complex
- 39 Data en AI Studio voor ondernemers
- 40 Direct contact is goud waard in het AFAS Theater
- 42 Sharefunding centraal tijdens ZO!-Zomerborrel
- 45 Verzeker uw succes in het buitenland
- 46 Kleinste details cruciaal bij Chefs at the Park
- 50 Utrechts hart klopt voor gezondheid tijdens Dutch Health Week



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

**JAARGANG 37**  
September 2023, editie 3

**EEN UITGAVE VAN**  
MVM Business Productions  
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen  
Kerkenbos 1075H, 6546 BB Nijmegen  
Tel. (024) 373 8505  
Fax (024) 373 0933  
info@vanmunstermedia.nl  
Tel. redactie Utrecht (030) 251 2818

**UITGEVER**  
Michael van Munster

**HOOFDREDACTIE**  
Hans Hajée

**REDACTIEMEDEWERKERS**  
Aart van der Haagen

**VORMGEVING**  
Jan-Willem Bouwman, Ton van Zoest,  
Lisanne Cobussen, Joost Franken

**COVERFOTO**  
Marcel Krijgsman

**DRUK**  
Balmedia  
ISSN: 1387 - 9707

**ADVERTENTIE-EXPLOITATIE**  
Van Munster Media BV  
Ruben Jansen T: 024 - 3738505  
ruben@vanmunstermedia.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





22



28



40



34



46

5



UTRECHT, HEART OF HEALTH: UITHANGBORD VOOR DE REGIO

# “KIEZEN IS GEKOZEN WORDEN”

In Economic Board Utrecht zijn bestuurders uit het bedrijfsleven, van kennisinstellingen en overheden verenigd. Het onafhankelijke topnetwerk wil de regionale economie duurzaam versterken door Utrecht op de kaart te zetten als internationale gezondheidsmetropool: Utrecht, Heart of Health. “Gezamenlijke focus is een voorwaarde om de regio succesvol uit te dragen.”

Na een studie Internationale Bedrijfskunde startte Michiel Dijkman (38) zijn loopbaan in de financiële sector. “Na verloop van tijd kwam daarbij de nadruk te liggen op strategie en beleid, met het snijvlak van publiek en privaat als werkterrein. Vervolgens was ik actief voor een consultancybureau in Den Haag en Brussel, om later de overstap te maken naar Samsung. Hier zette ik onder meer een afdeling corporate affairs op en was verantwoordelijk voor communicatie in de Benelux.”

Na Samsung trad Dijkman toe tot de managementboard van Nuffic, een organisatie die internationalisering in het onderwijs bevordert. “Naast mijn werk bekleedde ik maatschappelijke rollen in raden van toezicht en advies. Het leverde een waardevol politiek en bestuurlijk netwerk op.”

## GEEN HISTORIE

Begin 2022 kreeg Dijkman de vraag of het directeurschap van Economic Board Utrecht hem iets leek. “Mijn eerste reactie was dat ik geen ervaring had in deze regio. Dat bleek bij de procedure juist een voordeel: zonder roots in het gebied kon ik alle stakeholders onbevangen tegemoet treden.”

Dijkman kwam aan boord vlak voor ondertekening van de oprichtingsakte voor de nieuwe organisatie, met burgemeester van Utrecht Sharon Dijksma als voorzitter.

“De aanleiding was dat het in de metropool-regio Utrecht ontbrak aan een topnetwerk van CEO’s die adviseren, lobbyen en extern netwerken. Ook ontbrak het aan een krachtige uitvoeringsorganisatie die investeert in innovatie in de regio.”

Daarom zijn de activiteiten van EBU ‘oude stijl’ nu grofweg verdeeld over twee organisaties: Economic Board Utrecht en ROM

Utrecht Region. “Economic Board Utrecht als onafhankelijk topnetwerk dat niet alleen intern verbindt, maar vooral ook de regio extern uitdraagt, bijvoorbeeld in Den Haag en Brussel en Utrecht internationaal in de etalage zet. Daarbij is er een scherp oog voor wereldwijde ontwikkelingen en de impact daarvan op deze regio.”

“Daarnaast bouwt de Regionale Ontwikkelingsmaatschappij aan regionale innovatieve ecosystemen. Ze ondersteunt start- en scale-ups binnen haar focusgebieden en investeert in deze bedrijven. We trekken veel samen op en zijn ook in hetzelfde pand gevestigd.”

## PERSOONLIJK NETWERK

Binnen Economic Board Utrecht is de triple helix vertegenwoordigd. “Op dit moment bestaat de board uit vijftien vertegenwoordigers vanuit het bedrijfsleven, vijf van kennisinstellingen en vijf van overheden (zie kader, red.). Die verhouding is een bewuste keuze. Toekomstige uitbreiding zal vooral komen uit het bedrijfsleven.”

Boardleden nemen deel op persoonlijke titel. “Uitgangspunt is dat iemand CEO of bestuurslid is van een organisatie. Is hij of zij onverhoopt verhinderd dan wordt geen vervanger gestuurd. Zo ontstaat een hecht netwerk dat elkaar ook onderling weet te vinden.”

Door de ontmoetingen van bestuurders ontstaan ook nieuwe verbindingen, zoals een dependance van Hogeschool Utrecht in Hilversum of een samenwerking tussen Nyenrode en Universiteit Utrecht.

Voorzitter Dijksma vervult haar rol met verve, benadrukt Dijkman: “Zij zet zich gedreven in voor de board en daarmee de regio, en zorgt ervoor dat we op de juiste plekken binnenkomen.”

Michiel Dijkman:  
“Collectieve focus is een voorwaarde om de regio succesvol uit te dragen.”





## FOCUS ALS VOORWAARDE

Doelstelling van Economic Board Utrecht is om de regionale economie toekomstgericht en duurzaam te versterken. “Daartoe zetten de leden hun netwerk, lobby- en denkkraft in. Zij helpen de regionale boodschap en uitdagingen voor het voetlicht te brengen, in Den Haag en Brussel maar zeker ook daarbuiten.”

Bij de inzet van de board is focus onmisbaar. “Het is een voorwaarde om de regio succesvol uit te dragen. En een collectieve focus helpt ook om regionale stakeholders te verbinden.”

## BREED DRAAGVLAK

Als geliefde centrale en groene regio voor bedrijven en inwoners zijn er in Utrecht ook uitdagingen rondom arbeidsmarktcraptes, woningbouw, bereikbaarheid en innovatie. Een aantrekkelijk profiel helpt om investeringen, bedrijven en talent aan te trekken op specifieke thema's. Tot voor kort had de regio een minder sterk profiel. Dat bleek onder andere uit gesprekken met het Rijk, Kamerleden en instituten wereldwijd.

Als centraal thema waarmee de regio Utrecht internationaal naam wil maken, werd in maart 2023: Utrecht, Heart of Health gelanceerd.

“Het statement refereert aan deze regio als kloppend hart van een gezonde samenleving, met gezonde mensen in een gezonde leefomgeving. Hiermee is aansluiting gezocht bij de sterke punten en het brede draagvlak voor de thematiek gezond stedelijk leven. Ook sluit Utrecht, Heart of Health aan bij de drie sterke economische clusters in de regio: gezondheid, duurzaamheid en digitalisering. Het profiel is in Nederland zeker onderscheidend; er zijn wel raakvlakken met Leiden, Nijmegen en Sittard, maar in die regio's ligt het zwaartepunt elders.”

## SCHUREN

Consequentie van de focus is dat er ook dingen zijn die je niet benadrukt, stelt Dijkman. “Je kunt niet alle aspecten van de regio met succes uitdragen. Daarom concentreert Economic Board Utrecht zich op die elementen die Utrecht onderscheidend maken en waarmee de regio wil groeien. Zo brengen we de kwaliteit van het ecosysteem steeds een stapje verder. Er zijn zeker andere onderdelen die bijdragen aan de kracht van de regionale economie; denk aan de maakindustrie. Alleen zetten we die niet in de etalage. Dat schuurt wel eens, maar is onvermijdelijk. Want kiezen is gekozen worden. Uiteindelijk draagt een sterk Utrechts ecosysteem bij aan alle bedrijven en talenten.”

## VLEI GWIEL KRIJGT VAART

De voltallige Economic Board komt drie tot vier keer per jaar fysiek bij elkaar. “Altijd met een inhoudelijk programma, bijvoorbeeld op het Hilversumse Mediapark of bij een werkbezoek van minister Adriaansens van



Leden van de Economic Board Utrecht bij de introductie van Utrecht, Heart of Health.  
Foto: Leonard Walpot

8

Economische Zaken. Ook staat een meeting soms volledig in het teken van een belangrijk thema als het vestigingsklimaat. Naast de board is er een kleiner kernteam waarmee we de praktische uitwerking van de strategie afstemmen; denk aan lobbystukken.”

Verder is een aantal onderliggende allianties actief, bijvoorbeeld met de public affairs-specialisten van de organisaties. “En de positioneringsstuurgroep met marketingdirecteuren van boardleden heeft veel werk verzet rond de introductie van Utrecht, Heart of Health. Ook is er samen met de Utrecht Talent Alliantie (UTA) een verbinding met hr-directeuren. Zo ontstaan steeds meer functionele netwerken rond Economic Board Utrecht die helpen om het vliegwiel vaart te geven.”

### KANSRIJKE VERBINDINGEN

Utrecht, Heart of Health is goed ontvangen. “Zowel in de regio als daarbuiten, bijvoorbeeld door partijen uit de vastgoedsector. Die zien het als een logisch profiel en vinden het verstandig dat Utrecht een duidelijke keuze heeft gemaakt. Nu is het zaak onze collectieve boodschap uit te dragen en om bijvoorbeeld specifieke congressen naar de regio te halen. In Den Haag en Brussel, maar bijvoorbeeld ook bij recente werkbezoeken aan San Francisco,

## “AANSPREKEND PROFIEL HELPT OM INVESTERINGEN, BEDRIJVEN EN TALENT AAN TE TREKKEN OP SPECIFIEKE THEMA’S.”

Kopenhagen en Noordrijn-Westfalen. Afhankelijk van de gesprekspartners communiceren we dan de hoofdlijnen of gaan meer de diepte in. Daarbij blijkt dat op deelgebieden van Utrecht, Heart of Health internationaal kansrijke verbindingen kunnen worden gelegd.”

Daarom brengt Economic Board Utrecht in samenspraak met boardleden in kaart welke buitenlandse regio’s passende podia zijn voor de Utrechtse boodschap. “Bijvoorbeeld omdat de ecosystemen overeenkomen. Als je op elkaar lijkt, is samenwerking eenvoudiger.”

### COMPLIMENTEN VOOR CONSORTIUM

Als concreet, aansprekend voorbeeld van de regionale lobby wijst Dijkman op het Utrechtse Cartesiusgebied. “Deze nieuwe stadswijk wordt een van de tien proeftuinen waar de Wereldgezondheidsorganisatie van de VN de invloed van de leefomgeving op gezondheid in kaart brengt. Dit is bij uitstek een ‘exportproduct’ waarmee de regio

Utrecht wereldwijd impact wil maken, als internationale gezondheidsmetropool. Complimenten voor het consortium dat dit voor elkaar kreeg.”

### NATIONALE DRAAISCHIJF

Naast het in de etalage zetten van Utrecht werkt Economic Board Utrecht ook volop aan het versterken van de regionale economie. “Zoals bij de arbeidsmarktkrapte, wellicht het meest urgente actuele aandachtsveld voor Nederland en zeker voor onze regio. Op grote schaal moeten we mensen om- en bijscholen via de juiste opleidingen. Utrecht Talent Alliantie speelt daarbij een centrale rol. Verder gaat de lobby voor meer financiële middelen onverminderd door, bijvoorbeeld voor innovatiekracht en bereikbaarheid. Om onze rol als nationale draaischijf te kunnen blijven vervullen en toekomstige groei mogelijk te maken, is veel geld nodig.” Ander aandachtsveld is het campusbeleid. “De overheid hecht grote waarde aan de ontwikkeling van concentraties van bedrijvigheid en kennis met een sterke R&D-component. Tot nu toe heeft in de regio alleen het Utrecht Science Park een officiële campusstatus. Als meer concentraties als zodanig erkend worden, is het mogelijk om aanspraak te maken op aanvullende overheidsfondsen.”



## LEDEN ECONOMIC BOARD UTRECHT

- Sharon Dijkma (voorzitter) - burgemeester Gemeente Utrecht
  - Michiel Dijkman - Directeur Economic Board Utrecht
  - Frederieke Leeftang - Voorzitter RvB NPO
  - Kirsten Konst - Lid groepsdirectie Rabobank
    - Lidwien Suur - Lid RvB Achmea
    - Wouter Koolmees - President-directeur NS
- Susanne Schilderman - Wethouder Gemeente Utrecht | MRU
  - Johan Spronk - Voorzitter CvB ROC Midden Nederland
  - Thijs Otto van Es - Algemeen Directeur FC Utrecht
  - Arno Scheepers - Wethouder Gemeente Hilversum
  - Jeroen Bartelse - Algemeen directeur TivoliVredenburg
- Wilma Scholte op Reimer - Voorzitter CvB Hogeschool Utrecht
  - Cécile Cluitmans - Directeur Arcadis Nederland BV
  - Robert Strijk - Gedeputeerde Provincie Utrecht | MRU
- Arjan van den Born - Algemeen Directeur ROM Utrecht Region
  - Arno Otto - CTO Talpa Network
- Judith Oprins - Vice President, Head of Global Lab Management and Site Lead NL Genmab
  - Jos Baeten - CEO a.s.r.
  - Duncan Hoy - CEO PLUS Retail
  - John van Vianen - Executive Director B2B VodafoneZiggo
- Koen Becking - Rector Magnificus Nyenrode Business Universiteit
  - Jeroen van Hooff - CEO Koninklijke Jaarbeurs
- Willem-Jan Stegeman - Wethouder Gemeente Amersfoort | MRU
  - Erik Oostwegel - CEO Royal Haskoning DHV
  - Onno Dwars - CEO Ballast Nedam Development
  - Margriet Schneider - Voorzitter RvB UMC Utrecht
    - John Voppen - CEO ProRail
    - Hans Brug - Directeur-Generaal RIVM
  - Anton Pijpers - Voorzitter CvB Universiteit Utrecht

## STILSTAND IS ACHTERUITGANG

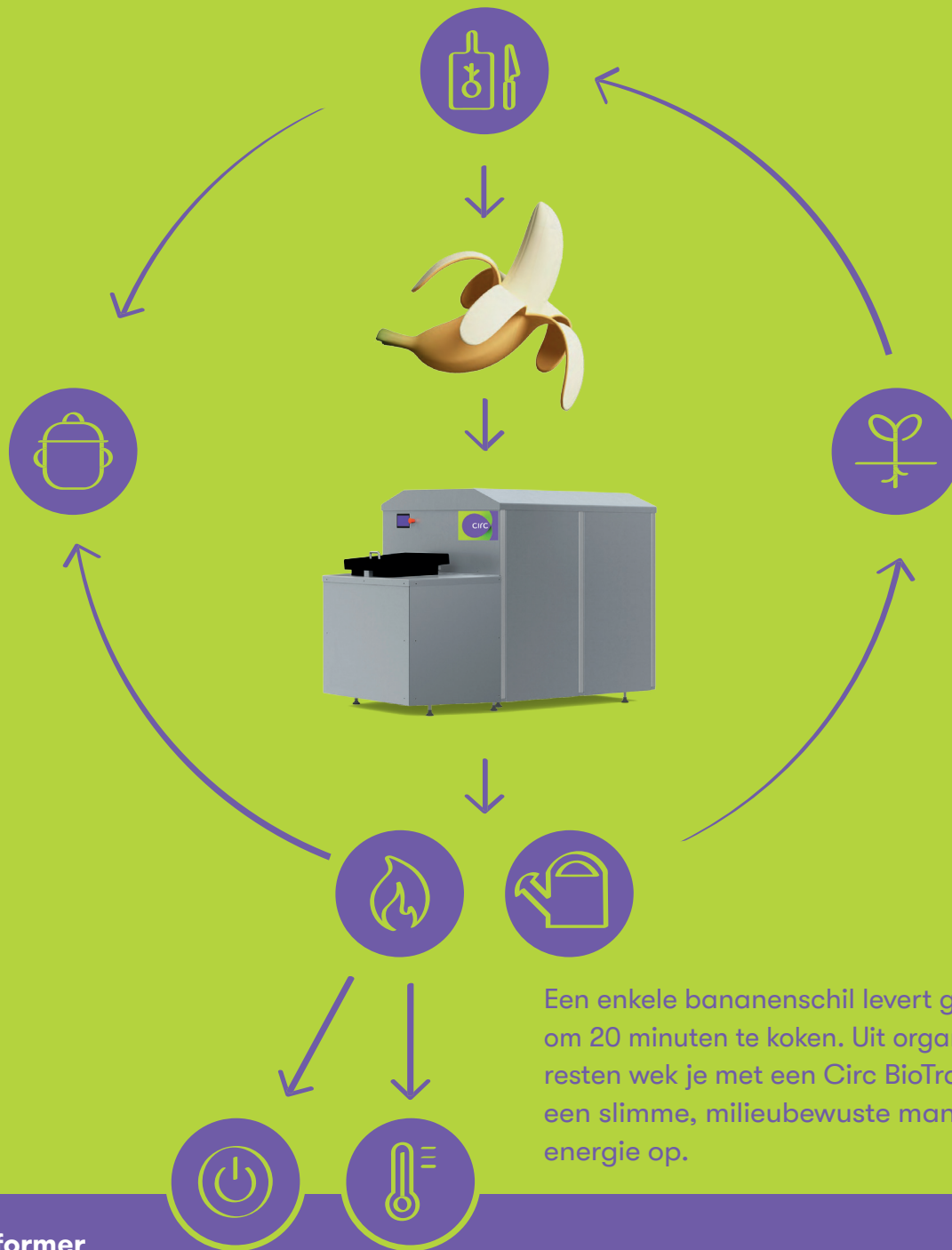
Vrijwel tegelijkertijd met de introductie van Utrecht, Heart of Health werd regio Utrecht uitgeroepen tot meest competitieve economische regio van Europa. In dit driejaarlijkse onderzoek maakt Utrecht stevast deel uit van de top-3. Als het al zo goed gaat, zijn alle inspanningen van Economic Board Utrecht dan überhaupt nodig? “Stilstand is achteruitgang,” zegt Dijkman. “Ontwikkelingen gaan razendsnel. Rust je als regio op je lauweren dan sta je zo op achterstand.”

De urgentie hangt volgens Dijkman ook samen met de populariteit van dit gebied. “Het is een gewilde plek om je te vestigen, om te werken en te wonen; centraal gelegen en met hoogwaardige voorzieningen. Samen met de grote groeiopgave maakt het dat Utrecht niet alleen kan kiezen maar dat ook moet doen. Ik zei het al eerder: kiezen is gekozen worden. De ruimte is beperkt. Met een duidelijk profiel kunnen we specifieke bedrijvigheid aantrekken en zo de regionale economie gericht en met oog voor de toekomst versterken. Daar hebben niet alleen bedrijven maar ook inwoners baat bij. Een gezonde economie is immers een cruciale randvoorwaarde voor de brede welvaart in deze regio.”



“Rust je als regio op je lauweren dan sta je zo op achterstand.”

# Groene energie uit een bananenschil?



## De BioTransformer

Een 100% natuurlijk proces verstoppt in een technisch hoogstandje. Onze BioTransformers benutten de waarde van voedselresten door deze om te zetten in bruikbaar BioGas en waardevol BioWater.

Meer weten? [www.circ.energy](http://www.circ.energy)



Circ.Energy  
Goeman Borgesiuslaan 77, 3515 ET Utrecht  
[www.circ.energy](http://www.circ.energy)







## ALLE POST PER FIETS OP LAGE WEIDE

Post en pakketten voor bedrijven op Lage Weide worden een jaar lang kosteloos opgehaald door De Fietskoerier Utrecht.

“Wij geloven dat fietsen de stad mooier maakt. Dus ook Lage Weide,” zegt Tobias Molenaar van De Fietskoerier. “Zo kwamen we tot een voorstel om een jaar lang post en pakketten op de fiets op te halen voor alle gevestigde bedrijven. Ons idee bleek doeltreffend en nu mogen we het gaan uitvoeren.”

Richard Hartkamp, Communitymanager bij ILW Parkmanagement Lage Weide: “Doordat de fietskoeriers in een geconcentreerd gebied zoveel tegelijk ophalen, kan dit super efficiënt geregeld worden. Daarbij sluit het erg goed aan bij onze ambitie om meer mensen op de fiets te krijgen en is het een mooie aanvulling op onze Green Deal Lage Weide.”

Door post en pakketten voor de 900 bedrijven op Lage Weide per fiets op te halen, wordt de werkomgeving schoner. Ook zorgt het voor een betere doorstroom en veiligere verkeerssituatie. Doel is om ook anderen te inspireren de fiets te verkiezen boven de auto. Zo neemt de impact van het initiatief verder toe.

## SABINE VAN HOOIJDONK LID EXECUTIVE COMMITTEE BAM

Sabine van Hooijdonk-Verboom maakt als chief HR officer deel uit van het Executive Committee van Koninklijke BAM Groep. Zij was executive director Group HR bij het bouwconcern waar ze begin 2022 in dienst trad. Eerder deed Van Hooijdonk HR-ervaring op bij internationale organisaties. Zij heeft een bedrijfsseconomische achtergrond met een specialisatie in human resources.

Vanaf 1 juli 2023 wordt het Executive Committee van BAM gevormd door de twee leden raad van bestuur, Ruud Joosten (chief executive officer) en Frans den Houter (chief finance officer), alsmede Sabine van Hooijdonk (chief HR officer), Joost Nelis (chief operating officer divisie Nederland) en John Wilkinson (chief operating officer divisie Verenigd Koninkrijk en Ierland). Foto BAM



Het nieuwe college van Gedeputeerde Staten: Rob van Muilekom, Mirjam Sterk, Has Bakker, André van Schie en Huib van Essen.

## NIEUW BESTUUR PROVINCIE UTRECHT: TRANSITIES VRAGEN STRUCTURELE VERANDERING

Met het coalitieakkoord “Aan de slag voor Utrecht” vormen GroenLinks, VVD, D66, CDA en PvdA het nieuwe bestuur van de provincie.

“De komende vier jaar zullen wij richting geven, keuzes maken en perspectief bieden,” aldus de vijf partijen in het akkoord. Zij zien klimaat, de ontwikkelingen in het landelijk gebied, wonen en mobiliteit als grootste uitdagingen. “Het zijn transities die vragen om een structurele verandering. Om het echt aan te pakken, zijn nieuwe werkwijzen en structuren nodig en meer ‘leren door te doen.’”

Het nieuwe college is op 21 augustus geïnstalleerd tijdens een extra Statenvergadering. De gedeputeerden zijn Huib van Essen (GroenLinks) met onder meer de portefeuilles energietransitie, ruimtelijke ontwikkeling en toezicht en handhaving. Ook Rob van Muilekom (PvdA) keert terug in het college. Hij blijft onder meer verantwoordelijk voor wonen, cultuur en erfgoed en de vitale samenleving. Mirjam Sterk blijft namens het CDA gedeputeerde met onder meer natuur en landbouw, transitie landelijk gebied en Groen Groeit Mee in portefeuille.

Nieuwkomers zijn André van Schie (VVD) en Has Bakker van D66. Van Schie is zelfstandig toezichthouder en adviseur en was de afgelopen jaren fractievoorzitter van de VVD. Hij krijgt onder meer de portefeuilles mobiliteit, economie en vergunningverlening. Has Bakker was raadslid in Utrecht en bestuursadviseur bij de Natuur en Milieufederaties. Als gedeputeerde zal hij zich onder meer bezighouden met financiën, water en bodem en de circulaire samenleving.

Foto Provincie Utrecht/Maikel Jay



## KASTEEL DE HAAR MOOISTE GEBOUW VAN NEDERLAND

Van alle monumenten en andere publiekstoegankelijke gebouwen vindt de Nederlander Kasteel de Haar het mooist. Het kasteel in Haarzuilens wint het hiermee van Kunstmuseum Den Haag en Paleis Het Loo in Apeldoorn. Dit blijkt uit het Cultuursector Merkenonderzoek 2023, een initiatief van Hendrik Beerda Brand Consultancy. "Zodra mensen Kasteel de Haar kennen, zijn ze er enorm enthousiast over," zegt merkadviseur Beerda. "Het is dan ook het grootste kasteel van Nederland. Uit het onderzoek blijkt echter ook dat bijna twee derde van de Nederlanders nog nooit van dit monument hebben gehoord. Hier ligt dus een enorme kans voor de organisatie. Als ze ervoor zorgen dat meer mensen de naam kennen, kan het bezoekersaantal nog flink groeien."

## JACHT OP TECHNICI HOUDT AAN

De zoektocht van technische bedrijven naar vakbekwaam personeel houdt aan. Afgelopen jaar werden zeven op de tien technici benaderd voor een nieuwe baan. Dit blijkt uit de zevende editie van de TechBarometer van technisch opleider ROVC, dat onderzoek deed onder ruim 1.000 HR-beslissers, 2.700 technici en 1.000 potentiële zij-instromers naar de stand van zaken in de technische branche.

Werkgevers lijken vaak bot te vangen. Vier op de vijf technici (78%) geven aan, goed op hun plek te zitten in de huidige functie. Als zij wel overwegen hun werkgever te verlaten, staat persoonlijke ontwikkeling met stip op één. Voor 44 procent is dit de belangrijkste reden om op zoek te gaan naar een nieuwe baan. Salaris (36%) en onvoldoende uitdaging (35%) volgen op plek twee en drie.



## EERSTE UTRECHTSE ZONNEVELD GEOPEND

Zonneveld Meijewetering is het eerste zonnepark in de gemeente Utrecht. Bijna duizend panelen zullen jaarlijks naar verwachting zo'n 475.000 kilowattuur stroom leveren. Die wordt gebruikt voor de nabijgelegen rioolwaterzuiveringsinstallatie. Gedeputeerde Huib van Essen, de Utrechtse wethouder Lot van Hooijdonk en hoogheemraad Nanda van Zoelen verrichten op 1 september de officiële opening.

Door de gas- en waterleidingen onder de grond kan op de locatie niet gebouwd worden. Plaatsing van zonnepanelen is wel mogelijk. Een groep bewoners uit de wijk Terwijde nam samen met de Utrechtse energiecoöperatie Energie-U en Hoogheemraadschap De Stichtse Rijnlanden het initiatief voor het zonneveld. Omwonenden kregen de gelegenheid deel te nemen in het project door obligaties te kopen. Het animo was groot; twee derde van het nieuwe zonnepark is handen van bewoners.

Foto Gemeente Utrecht/Thijmen Meijer



SUBSIDIEAANVRAAG MOGELIJK TOT EN MET 29 OKTOBER

# BESPAARVERGOEDING HELPT UTRECHTS MKB VERDUURZAMEN

Utrechtse mkb-ondernemers krijgen tot 1.500 euro subsidie voor tien energiebesparende maatregelen. Zo wordt hun energieverbruik blijvend beperkt en neemt de CO<sub>2</sub>-uitstoot af. Tot en met 29 oktober 2023 kunnen aanvragen worden ingediend voor reeds uitgevoerde maatregelen. De investeringen zijn vaak snel terugverdiend.

## ENERGIELASTEN BLIJVEND VERLAGEN

Om mkb-ondernemers te ondersteunen, stelde de gemeente in 2022 een tegemoetkoming in voor energiekosten. “Met de bespaarvergoeding willen we het mkb ook helpen bij structurele maatregelen die hun energielasten blijvend verlagen. De regeling is mede mogelijk door subsidie van EFRO, een fonds van de EU.” Vaak is een verhuurder verantwoordelijk voor verduurzamingsmaatregelen zoals isolatie of een warmtepomp, weet Schussler. “Maar aangezien de huurder de energierekening betaalt, voelen gebouweigenaren niet altijd de urgentie om in actie te komen. Met deze regeling kunnen ook huurders hun energiekosten terugdringen en tegelijkertijd de CO<sub>2</sub>-uitstoot beperken.”

## TIEN MAATREGELEN

Met de actuele regeling ontvangen mkb-bedrijven tijdelijk 1.000 tot 1.500 euro als zij een energiebesparende maatregel nemen van ten minste dit bedrag. De vergoeding is in te zetten voor tien verschillende maatregelen, variërend van een energiescan tot isolatie en een warmtepomp. Na uitvoering ervan kan de ondernemer via het subsidieloket tot drie vergoedingen voor drie verschillende maatregelen aanvragen. Tot drie maanden na uitvoering is een subsidieaanvraag mogelijk; die moet uiterlijk 29 oktober binnen zijn.

## AANTREKKELIJKE BESPARING

De maatregelen leveren stuk voor stuk aantrekkelijke besparingen op. Ook de uitstoot neemt af. “Neem duurzame terrasverwarming; die zorgt voor een CO<sub>2</sub>-besparing van 95% vergeleken met een gasheater,” weet Schussler. “Zo’n investering is razendsnel terugverdiend. Datzelfde geldt voor elektrische infraroodpanelen. Door die bijvoorbeeld boven de kassa te hangen, kan de thermostaat omlaag terwijl de omstandigheden voor medewerkers en klanten nog steeds aangenaam zijn. Gezien de naderende subsidiedeadline zijn ook een energiescan en een elektrische kookplaat of boiler qua tijd haalbare maatregelen.”

## ENERGIECOACHES

De bespaarvergoedingsregeling is positief ontvangen. “Wel merken we dat het soms moeite kost om daadwerkelijk een aanvraag in te dienen. Ondernemers hebben immers al veel aan hun hoofd. Daarom kunnen zij een beroep doen op onze energiecoaches. Die adviseren niet alleen over maatregelen en voorwaarden maar ondersteunen ook bij de aanvraag zelf. Hiermee wil de gemeente zoveel mogelijk drempels wegnemen.”



Ezra Schussler, geflankeerd door collega Marianne Lamberts en Nicolaas Thé. Deze ondernemer verduurzaamde zijn eethuis Millie's Corner. (foto Menno Ringnalda)

## KOM IN ACTIE

Er is nog genoeg budget, maar eind oktober stopt de subsidieregeling. “Laat daarom deze kans niet lopen en kom zo snel mogelijk in actie,” benadrukt Schussler. “Kijk op de site of neem via duurzaamondernemen@utrecht.nl contact op voor een afspraak met een energiecoach. Die weet ook hoeveel subsidie beschikbaar is.”

[www.utrecht.nl/bespaarvergoedingmkb](http://www.utrecht.nl/bespaarvergoedingmkb)

## DE BESPAARVERGOEDING MKB GELDT VOOR DEZE MAATREGELEN:







---

# Slimmer, sneller en schoner kantoorhuisvesting bouwen

Of u nu op zoek bent naar permanente of tijdelijke kantoorhuisvesting, Jan Snel realiseert uw nieuwe kwalitatieve huisvesting binnen korte tijd. Onze innovatieve en modulaire bouwmethode zorgt ervoor dat we onder gecontroleerde omstandigheden efficiënter, productiever en flexibel bouwen in onze eigen fabriek. Dat is niet direct te zien aan het gebouw zelf, maar het biedt wel grote voordelen. Onze moderne aanpak levert een tijdswinst van 30 tot 50 procent op en halveert de CO<sub>2</sub>-uitstoot per project. Wij bouwen slimmer, sneller én schoner en bieden u altijd de juiste oplossing.

Benieuwd wat we voor u kunnen betekenen? Neem dan contact op met een van onze huisvestingsadviseurs via **+31 348 47 90 90** of kijk op **[www.jansnel.com](http://www.jansnel.com)**



**Jan Snel**  
Daiwa House Group





Kim Smits  
 Adviseur werkgeversdienstverlening UWV EURES  
 Stadsplateau 1 Utrecht (stadskantoor)  
 06 46 20 16 82  
 kim.smits@uwv.nl  
 www.werk.nl/eures

## EURES HELPT ONDERNEMERS HUN GRENZEN TE VERLEGGEN EUROPESE ARBEIDSMARKT BIEDT KANSEN

Bij de zoektocht naar nieuwe medewerkers zoeken ondernemers vaak in hetzelfde gebied of via de meest bekende wervingskanalen. Ze zien daarbij soms over het hoofd dat ze hun zoekgebied kunnen uitbreiden binnen Europa. EURES ondersteunt daarbij met heldere informatie en gericht advies.

EURES staat voor European Employment Services, een non-commerciële organisatie die werkgevers en werkzoekenden in Europa bij elkaar brengt. Dit initiatief van de Europese Commissie is sinds 1993 actief. EURES Nederland bestaat uit zestien deelnemende publieke en private partijen, waarvan UWV de grootste is.

In gesprekken merken mijn collega's en ik dat ondernemers nog niet vanzelfsprekend over de landsgrenzen kijken bij de zoektocht naar nieuwe medewerkers. Zij zien op tegen de administratieve rompslomp en de taalbarrière, of weten simpelweg niet welke kwaliteiten in het buitenland aanwezig zijn.

EURES helpt met kosteloos advies. Ondernemers gaan vervolgens zelf aan de slag met onze searchtools, maar we zetten onze kwaliteiten en het Europese netwerk ook gericht in om tot een goede match of samenwerking te komen.

In de dienstverlening aan ondernemers trekt EURES waar mogelijk samen op met het Werkgeversservicepunt (WSP). Samen bieden wij dan het complete plaatje: WSP vanuit de Nederlandse werkzoekende, EURES vanuit Europa en dat allemaal onder de vlag van UWV Werkbedrijf. Als informatiepunt en verbinder werkt EURES ook graag samen met commerciële partijen zoals uitzendbureaus in diverse branches of taalscholen.

Animo voor onze diensten neemt toe, zeker in sectoren waar vacatures lang onvervuld blijven. Denk aan de techniek, logistiek, zorg en horeca. Zo startten deze zomer kandidaten uit met name Slowakije bij diverse vakantieparken door bemiddeling van EURES. Een mooi initiatief in een sector die schreeuwt om gemotiveerde krachten. Ook reizen we zelf naar universiteiten en jobfairs in Europa om de mogelijkheden van de Nederlandse arbeidsmarkt te presenteren aan studenten en alumni.

EURES bemiddelt mensen van alle leeftijden en achtergronden. Ondernemers krijgen een goede eerste indruk op het EURES-portaal. Desgewenst ondersteunen wij met maatwerkadvies. Met onze contacten in Europa vinden we vaak een ingang voor de oplossing van HR-vraagstukken bij grote en kleinere werkgevers.

In Europa zijn genoeg mensen die aan het werk willen én kunnen. Daarom nodig ik ondernemers van harte uit om met mij in gesprek te gaan en hun eigen grenzen te verleggen. EURES werkt landelijk maar mijn focus ligt op bedrijven en ondernemers in de regio Utrecht.



# Rethink your office

“Bedrijven beseffen dat het anders moet en kan”

Arnoud Zweedijk - Desque

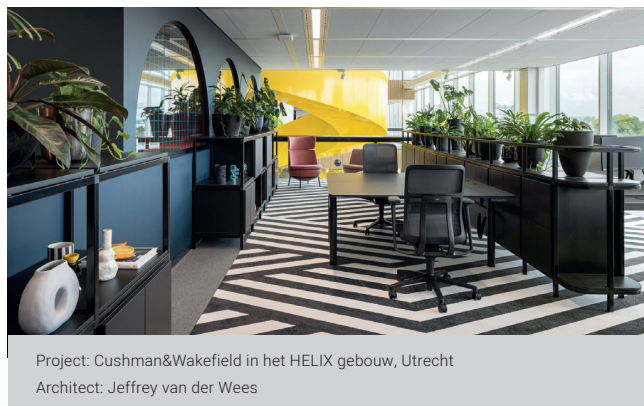
Fotografie: OnderNamen / Menco Rijnalda

**Het kantoor als ontmoetingsplek, voor informele gesprekken met collega's, om samen projecten te begeleiden in afgesloten ruimtes of met een groep collega's conferenties te volgen op een groot scherm. De functie en inrichting verandert. Samen met de architect creëren we de juiste balans tussen functionaliteit en design. Waarbij er steeds vaker gekozen wordt voor een hybride kantoorinrichting.**

In een hybride kantoorinrichting zijn er verschillende soorten werkplekken beschikbaar, zoals individuele werkstations, vergader-ruimtes, informele samenwerkingsruimtes en gemeenschappelijke ontmoetingsruimtes. Deze inrichting is bedoeld om medewerkers keuzevrijheid en flexibiliteit te bieden bij het kiezen van de meest geschikte werkplek voor hun taken en behoeften. Bij het hybride inrichten van een werkomgeving wordt er ook ingespeeld op de mogelijkheid om zowel op kantoor als vanuit huis te werken.

## **We denken goed na over wat wij de volgende generatie willen meegeven en nalaten**

De interieurbranche en kantorenmarkt speelt een belangrijke rol in het welzijn van mens, natuur en omgeving. Het gesprek over de transitie van een wegwerpmaatschappij naar een duurzame economie voert Desque al jaren. Onder het credo “het gesprek over morgen voeren wij graag vandaag met u” heeft Desque een duidelijk beeld van de markt, maatschappij en mogelijkheden gevormd.



Project: Cushman&Wakefield in het HELIX gebouw, Utrecht  
Architect: Jeffrey van der Wees

## **Duurzame werkomgevingen richten we steeds vaker circulair in**

Circulaire kantoorinrichting gaat verder dan alleen het fysieke aspect van meubels en apparatuur. Het omvat ook een bewuste benadering van energiegebruik, waterbesparing, het verminderen van de ecologische voetafdruk en het bevorderen van een gezonde en duurzame werkomgeving. Desque heeft samen met haar partners de kennis voor u in huis.

**Desque is projectinrichter voor het midden- en grootbedrijf. Vanuit de kantoren Eindhoven en Rotterdam werken wij voor zowel internationale als nationale opdrachtgevers.**

[www.desque.nl](http://www.desque.nl)





BILTSE ONDERNEMER VAN HET JAAR GERT SMIT

# “HET LUKT OMDAT HET GAAF IS OM TE DOEN”

In 2017 won Gert Smit met zijn Plus Supermarkt de Biltse Ondernemer van het Jaar-award. Deze tweejaarlijkse verkiezing wordt georganiseerd door de Lions De Bilt-Bilthoven. Trots nam Smit destijds de prijs in ontvangst, in het bijzijn van zijn gezin en veel van zijn teamleden. Tijd voor een terugblik, een update én een oproep.

Hoe gaat het ondertussen met Gert Smit? “Het gaat goed. Ik voel mij fit en gezond en heb het elke dag naar mijn zin in de winkel. Zo krijg ik energie van het opleiden en begeleiden van jonge mensen, zeker als ze het in de winkel werken combineren met een theoretische opleiding. Het is mooi om jonge mensen te zien groeien. Met de Plus gaat het ook zeer goed; zo zijn we bijvoorbeeld tijdens Open Monumentendag gestart met een nieuwe spaarcampagne waar de historische clubs bij betrokken zijn. Daarbij trekken we samen op met de gemeente en dat bevestigt de kwaliteit van het lokale ondernemingsklimaat.”



Gert Smit: “Je wordt happy van dingen die je meemaakt, van doelen nastreven, van belevenissen; niet van bezit.” (foto D.J. van Dijk-Photography)

## MOOIE FORMULE

Grootste actuele uitdaging voor Smit is om ervoor te zorgen dat alle doelgroepen aandacht krijgen en het juiste assortiment vinden. “Zoveel doelgroepen zoveel wensen. Dat zorgt ook voor tegenstrijdigheden, zoals de vraag naar meer vegetarisch versus de behoefte aan vlees. Gelukkig heb ik een mooie formule achter mij staan: Plus Supermarkten. Onze 100% coöperatie is recent verkozen tot meest verantwoorde supermarkt van Nederland.”

“Uitdagingen horen bij het ondernemerschap; daarom vind ik het ook waardevol om collega-ondernemers te helpen die om advies vragen. Daar neem ik dan ook echt de tijd voor.”

## GEWOON GAAF

Hoe heeft Smit het winnen van de Biltse Ondernemersprijs beleefd? “Ik vond het mooi. Gewoon gaaf! Het is leuk om te merken dat klanten en andere betrokkenen je genomineerd hebben. Ik heb het als een groot compliment ervaren. Een blijk van waardering voor mij en met name voor mijn team. Alle collega’s in de winkel reageerden ook heel positief, een opsteker voor de teamgeest. Mensen vinden het leuk te werken voor een bedrijf dat gewaardeerd wordt en een winnaar is. Maar eigenlijk waren de felicitaties van de klanten op de winkelvloer aan ons hele team het leukste.” “Ik heb de mensen van de Lions die de verkiezing organiseren gezegd dat het juist voor een bedrijf zoals het mijne heel mooi is om zo’n prijs te winnen. Waarom? Omdat de klanten mijn winkel een beetje als hun winkel ervaren. Hierdoor geeft zo’n waardering hen ook een goed gevoel. Het grappige is: ik houd zelf niet zo van aandacht. Maar ik heb die keer gemerkt dat het eigenlijk wél leuk is.”

## PASSIE VOELEN

Welk advies heeft Smit voor collega-ondernemers? “Het belangrijkste is om te werken met een einddoel voor ogen; je samen met collega’s inzetten voor de klant. Als je die passie niet voelt, moet je er niet aan beginnen. Het lukt omdat het gaaf is om te doen. Als ik de parallel naar mijn privéleven mag trekken; op mijn 45<sup>e</sup> ben ik begonnen met hardlopen. En ik vond het zo leuk dat ik een paar jaar later al de marathon liep. Je wordt happy van dingen die je meemaakt, van doelen nastreven, van belevenissen; niet van bezit.” “En over de Ondernemer van het Jaar-verkiezing zou ik zeggen: geef je op, schrijf je in. Doe het voor je team en doe het voor je bedrijf.”

**Meer informatie over de Biltse Ondernemer van het Jaar-verkiezing is te vinden op [debiltseondernemer.nl](http://debiltseondernemer.nl).**





Betweter Festival (foto Ben Houdijk)

UTRECHT SCIENCE WEEK VAN 29 SEPTEMBER TOT EN MET 8 OKTOBER

# WETENSCHAP MET MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

De Utrecht Science Week vindt dit jaar voor de derde keer plaats. Partners in het Utrecht Science Park tonen de stand van de wetenschap op het gebied van gezondheid en duurzaamheid. Iedereen die benieuwd is naar nieuwe ontwikkelingen, verrassende experimenten en een blik in de toekomst is welkom. De Utrecht Science Week benadrukt de cruciale rol van het Utrecht Science Park voor stad en regio. Als internationaal kenniscentrum met wetenschap en R&D van topniveau reikt de impact tot ver over de landsgrenzen.

De Utrecht Science Week is uitgegroeid tot een vaste waarde voor iedereen met interesse in wetenschappelijke ontdekkingen en concrete toepassingen die bijdragen aan een gezonde, duurzame samenleving. “De doelgroep varieert van inwoners uit stad en regio Utrecht tot wetenschappers uit binnen- en buitenland. Er is letterlijk voor elk wat wils, van jong tot oud,” zegt Jan Henk van der Velden.

Hij is directeur-bestuurder van de Stichting Utrecht Science Park, de trekker van het evenement. “Wij coördineren en stimuleren, de centrale thema’s worden ingevuld en gedragen door partners in het gebied.”

## ALLES KAN WEER LIVE

In de Utrecht Science Week 2022 waren fysieke bijeenkomsten weer zonder voorbehoud mogelijk, na de eerste editie die noodgedwongen een hybride karakter had. “Vorig jaar wisten veel mensen de weg naar de tientallen evenementen en bijeenkomsten te vinden. Waar het KNMI tijdens het Weekend van de Wetenschap ruimte had voor 1.500 bezoekers waren er 4.500 aanmeldingen. Ook de Utrecht Science Lezing van Hans Clevers – de man achter de organoïden, volgens velen een Nobelprijswaardige ontdekking – werd ruim overtekend. Jammer genoeg was de topwetenschapper herstellende van corona en vond zijn bijdrage toch online plaats.”



## MAATSCHAPPELIJK RESULTAAT

Bij de derde Utrecht Science Week zijn de inhoudelijke pijlers onveranderd: samenwerken aan een gezonde, duurzame samenleving, ofwel: Pathways to Sustainability en Life Sciences. Laatstgenoemd onderwerp is bij uitstek het terrein van Peter Luijten, vice decaan van het strategisch thema Life Sciences aan Universiteit Utrecht (UU). Ook is hij Professor of Functional Medical Imaging UMC Utrecht. "Life Sciences komt over de volle breedte aan bod, met aandacht voor zowel Geneeskunde, Diergeneeskunde als Bètawetenschappen. Daarbij laden wij de Science Week vooral met onderwerpen waarmee partners op het Utrecht Science Park het verschil maken. Denk aan medische technologie die ervoor zorgt dat patiënten korter in het ziekenhuis hoeven door te brengen. Na een poliklinische behandeling kunnen ze vaak dezelfde dag al naar huis. Om dit mogelijk te maken, worden wetenschappelijke vindingen met hulp van bedrijven verder ontwikkeld tot concrete toepassingen met maatschappelijk resultaat. Die zetten we tijdens de Utrecht Science Week graag in de etalage."

## MENSELIJK KAPITAAL

Tijdens het Ziekenhuis van de Toekomst toont het UMC Utrecht digitale technologische innovaties, bijvoorbeeld op het gebied van robotchirurgie. Die helpen om de druk op de zorg te verlichten in een tijd dat personeel steeds schaarser wordt. Een cruciaal thema, benadrukt Luijten. "Vaak gaat het over kosten van de zorg, maar co-

rona maakte duidelijk dat menselijk kapitaal de werkelijke belemmerende factor is. Bij innovaties in het academische domein zijn de medewerkers die deze nieuwe toepassingen in de praktijk kunnen brengen van even groot belang. Met Universiteit Utrecht en Hogeschool Utrecht (HU) is het Utrecht Science Park de plek bij uitstek waar beide elementen elkaar vinden. De verbinding met de HU over de rol van hun studenten in het ziekenhuis van de toekomst wordt steeds hechter."

## VERSCHIL MAKEN

Tijdens de Utrecht Science Week organiseert UMC Utrecht een Research Day. "Wetenschappers, medewerkers, patiënten en bezoekers discussiëren dan over onderzoek dat de kwaliteit van leven verbetert. Want het gaat niet om de hoeveelheid geproduceerde wetenschappelijke literatuur maar om impact: wat maakt werkelijk het verschil?"

## DIERWAARDIG

Het Utrecht Science Park herbergt het grootste dierenziekenhuis van Europa. "Tijdens de Science Week wordt onder meer gediscussieerd over dierwaardigheid, een essentieel aspect bij de toekomst van de veehouderij," zegt Van der Velden. Hij wijst ook op de rol van de eerdergenoemde organoïden. "Als door tests met gekweekt weefsel nauwkeurig voorspeld kan worden welke therapieën aanslaan, zijn steeds minder proefdieren nodig. Ook dergelijk onderzoek vindt plaats in het Utrecht Science Park."

## TOEKOMST VAN WATER

Naast gezondheid is duurzaamheid de tweede inhoudelijke drager van de Utrecht Science Week. Op de openingsdag organiseert de HU een symposium over de toekomst van ons water. "Die wordt sterk beïnvloed door klimaatverandering. Dit levert grote maatschappelijke en technische uitdagingen op, zoals we in toenemende mate aan den lijve ondervinden," aldus Patrick Cramers, directeur Life Sciences & Chemistry bij de Hogeschool Utrecht. De Utrecht Science Lezing staat eveneens in het teken van duurzaamheid. Deze bijdrage wordt uitgesproken door Bert Weckhuysen, universiteitshoogleraar Catalyse, Energie en Duurzaamheid aan de UU. "Hij zal onder meer stilstaan bij verduurzaming van fossiele brandstoffen."

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS CENTRAAL

Ook de Dag van de Duurzaamheid is onderdeel van de Utrecht Science Week. "Dan organiseert de HU samen met de UU een breed programma waar wetenschap en de toepassing ervan zorgen voor aansprekende praktijkvoorbeelden. Tijdens de Sustainable City Challenge worden teams met studenten van hbo, mbo en universiteit uitgedaagd om samen oplossingen te ontwerpen voor een duurzamer, gezonder en leefbaarder Utrecht. De winnaars ontvangen de prijs uit handen van burgemeester Sharon Dijksma."



Hackaton (foto Seth Carnill)



Dag van de Duurzaamheid (foto Seth Carnill)



Sustainable City Challenge (foto Seth Carnill)



**VOEDSEL EN KLIMAATVERANDERING**  
Echte innovaties ontstaan vaak op raakvlakken van verschillende disciplines. “Na de openingsconferentie over toepassingen van fundamenteel onderzoek in de plantenindustrie wordt het Netherlands Plant Eco-phenotyping Centre (NPEC) aan de UU officieel geopend,” aldus Peter Luijten. “Dit is het resultaat van een eerder gehonoreerde Groeifonds aanvraag. Centraal vraagstuk voor het NPEC is hoe we gewassen moeten aanpassen om ondanks klimaatverandering toch voldoende kwalitatief hoogwaardig voedsel te blijven produceren. Hierbij raken duurzaamheid en gezondheid elkaar.”

### DUURZAME LABS

Datzelfde is het geval bij de Hackathon Green Labs over verduurzaming van de onderzoekslaboratoria in het Utrecht

## “WAT MAAKT WERKELIJK HET VERSCHIL?”

Science Park. “Vertegenwoordigers van R&D-bedrijven en andere betrokkenen gaan samen op zoek naar slimme, praktische oplossingen die de milieubelasting van hun laboratoria structureel verminderen,” zegt Van der Velden. “Hierdoor wordt ook de connectie tussen deze bedrijven verder versterkt.”

### WETENSCHAPPERS VAN MORGEN

Naast inhoudelijke kruisverbanden is verbinding met de omgeving een centraal doel van de Utrecht Science Week. “Iedere geïnteresseerde is van harte welkom om

met eigen ogen te aanschouwen wat hier allemaal gebeurt. Bijvoorbeeld tijdens het afsluitende Weekend van de Wetenschap als de deuren opengaan van onder meer UU, HU, Prinses Máxima Centrum en UMC Utrecht. En bij het programma van HU Podium in de Bibliotheek Neude over fashion en duurzaamheid. Tijdens de vorige editie kwamen ook veel kinderen samen met hun ouders of grootouders een kijkje nemen. We ontvangen ze met open armen; het zijn de wetenschappers van morgen.”

Tijdens de Utrecht Science Week vinden ook evenementen plaats op andere locaties in de stad. “Goed voorbeeld is het Betweterfestival in TivoliVredenburg.”

### STIMULEREND KLIMAAT

In het Utrecht Science Park gevestigde bedrijven omarmen de Science Week. “Steeds vaker laten zij hun eigen congressen en activiteiten ermee samenvallen. De collectieve impact neemt hierdoor verder toe.”







Weekend van de Wetenschap (foto Lize Kraan)



### “JE LOOPT ZO BIJ ELKAAR BINNEN”

55.000 studenten volgen onderwijs op het Utrecht Science Park en er werken 30.000 mensen. Naast universiteit en hogeschool zijn ook de zes ziekenhuizen belangrijke werkgevers: UMC Utrecht, Wilhelmina Kinderziekenhuis, Prinses Máxima Centrum, het Centraal Militair Hospitaal, het Calamiteiten Hospitaal en het grootste dierenziekenhuis van Europa. Toonaangevende onderzoeksinstituten als het Hubrecht en Westerdijk Instituut bevinden zich in het Utrecht Science Park. Ook zijn er zo'n 150 bedrijven gevestigd, veelal actief op het gebied van gezondheid, duurzaamheid en biomedische wetenschappen.

“Ondanks alle digitale communicatie is de concentratie voor al deze organisaties een enorm voordeel,” weet Van der Velden. “Als het nodig is, loop je zo bij elkaar binnen.”

De rol van bedrijven is cruciaal, benadrukt Van der Velden. “Denk aan onze parels zoals als Genmab en Merus die ervoor zorgen dat ideeën vanaf de ontdekkingsfase worden ontwikkeld tot toepasbare medicijnen. Ze zijn onmisbaar voor de maatschappelijke en economische impact van het onderzoek dat hier plaatsvindt.”

### KLEEDKAMERGESPREKKEN

Het uitgebreide programma maakt duidelijk: aan onderwerpen geen gebrek bij de Utrecht Science Week. “Al tijdens de

voorbereidingen dienen zich ideeën aan die het verdienen om bij de volgende editie verder uitgewerkt te worden,” zegt Peter Luijten. “AI is een goed voorbeeld. Zo loopt er hierbij al een samenwerking met de politie. Op het gebied van Life Sciences is bij AI sprake van een inhaalslag. Niet om de hype te volgen maar met concrete meerwaarde, bijvoorbeeld bij ethische vraagstukken in de gezondheidszorg.” Tijdens de Utrecht Science Week zelf zorgen ook contacten tussen deelnemers voor waardevolle follow-up. “Bijvoorbeeld door wat ik wel kleedkamergesprekken noem,” stelt Van der Velden. “Deelnemers aan een symposium leggen bij de nabespreking verbindingen die later tot concrete initiatieven leiden.”

### REGIONALE BANENMOTOR

Het Utrecht Science Park wordt door overheden vaak genoemd als voorbeeld van een campus waar wetenschap, onderwijs en ondernemerschap elkaar succesvol versterken. “Daar zijn we uiteraard trots op. Maar het gevaar bestaat dat gedacht wordt dat het als vanzelf goed blijft gaan en het Utrecht Science Park zonder verdere ondersteuning kan. Niets is minder waar. We willen ons blijven ontwikkelen, ook op de satellietlocaties in Bilthoven en

het voormalige TNO-gebouw in Zeist. Er komen ook 4 tot 8.000 R&D-banen op het Utrecht Science Park bij. Maar het gebied biedt zeker niet alleen werkgelegenheid voor hoger opgeleiden. Er werken veel mbo'ers, bijvoorbeeld in facilitaire processen. Daarom ben ik blij dat het Utrechtse Collegeakkoord nadrukkelijk oog heeft voor ons brede karakter als regionale banenmotor.”

### IDEALE SHOWCASE

Met deze constatering pleit Van der Velden voor verdere investeringen in het gebied. “Shared facilities voor R&D-afdelingen en kennisinstellingen staan hoog op de verlanglijst. Om dergelijke voorzieningen te kunnen financieren, zijn overheden als mede-investeerder cruciaal. Die boodschap blijven we uitdragen, net als het belang van een goede bereikbaarheid voor het gebied en de satellietlocaties.” Bij deze lobby vormt de Utrecht Science Week een krachtig instrument. “Het is een ideale showcase voor de impact van het Utrecht Science Park.”

*Het complete programma is te vinden op [utrechtscienceweek.nl/programma-2023](https://utrechtscienceweek.nl/programma-2023)*

OFM. KLEEDT SPELERS FC UTRECHT;  
VRUCHTBARE SAMENWERKING BINNEN BUSINESS CLUB

# ELKAAR DE BAL TOESPELEN

Voetbal is wat FC Utrecht betreft een merk. Logisch dus dat de spelers van de selectie bij verschillende gelegenheden strak in het pak verschijnen, zorgvuldig aangekleed door OFM. in Nieuwegein. De samenwerking reikt echter verder en openbaart zich ook binnen de Business Club, waarvan beide partijen de vruchten plukken. 'Elkaar de bal toespelen,' toepasselijk uitgedrukt.

“Geloof maar dat het hele plein hier voor de deur staat wanneer de spelersbus arriveert en er dertig idolen uitstappen om te komen passen,” glimlacht Gert Kruys, ambassadeur van FC Utrecht, de club waar hij zelf bijna zijn leven lang speelde. We zitten aan de fraai ingerichte bar bij OFM. in Nieuwegein, waar gastheer Frank Corbeek toevoegt: “Dat is één en al handtekeningen uitdelen, vooral aan enthousiaste kinderen natuurlijk.”

Ongeacht welke generatie, voetbal leeft en de liefde voor de regionale trots zit diep. Dat blijkt alleen al uit de omvang van de Business Club van FC Utrecht, die bijna 500 leden telt. “De grootste en meest florierende in de wijde regio,” zegt Kruys met gepaste trots. “De commerciële afdeling barst bijna uit haar voegen. Zij haalt inmiddels tien miljoen euro per jaar binnen voor de club, waar dat nog helemaal niet zo lang geleden op 5,5 miljoen euro zat.” Mooi hoe emotie en zakelijkheid hier op een ontspannen manier met elkaar verweven raken. “Onze gasten voelen zich enorm thuis in 't Wed & Waard, onze businesslounge met het karakter van een bruine kroeg. Daar laten we met regelmaat echte Utrechtse zangers en zangeressen optreden. Verder hebben we natuurlijk een skybox voor de Business Club en een Executive Lounge voor het hogere segment.”

## GEZICHT NAAR BUITEN

De ambities van FC Utrecht liegen er niet om: uiteraard sportief voor het hoogst haalbare gaan in de Eredivisie, maar daarnaast ook zichzelf als een A-merk in de markt zetten. “Vanuit dat streven besteden we veel aandacht aan de algehele uitstraling,” verklaart Gert Kruys, die vanuit zijn

ambassadeursrol sterk betrokken is bij die missie. “Sinds 2015 inmiddels werken we tot onze volle tevredenheid samen met OFM. op het gebied van zakelijke kleding voor de spelers van de selectie. Die dragen zij bij alle officiële gelegenheden, zoals persconferenties en bijeenkomsten van onze Business Club. Zij vormen per slot van rekening ons visitekaartje, ons gezicht naar buiten toe. De waarde daarvan mag je nooit onderschatten.”

Frank Corbeek: “In nauwe samenspraak met enkele stafleden van FC Utrecht bepalen we hoe de zakelijke tenues eruit moeten zien. Natuurlijk nemen we daarin het modebeeld voor het nieuwe seizoen mee, maar we geven er ook een unieke draai aan. De pakken die de spelers dragen, laten wij exclusief voor hen ontwerpen bij Dutch Dandies, een sterk opkomend premiummerk. Je zult ze niet in onze reguliere collectie terugvinden. Wel ontwikkelen we afgeleide varianten voor klanten die zich graag met de selectie van hun favoriete club identificeren.”

## VOETBALHUMOR

“Bij het uitdenken van deze exclusieve kledinglijn voor de selectie van FC Utrecht ligt er altijd een interessante uitdaging: zoeken naar de juiste balans tussen een zakelijke uitstraling en een vleugje sportiviteit,” legt Corbeek uit. Kruys vult aan: “De snit moet bovendien goed zijn. Spelers houden er niet van als iets niet lekker zit.” Enthousiast wijst hij op een paar sneakers, speciaal ontworpen door de Belgische fabrikant Cycleur de Luxe en zelfs voorzien van het clublogo. “Ze zitten als pantoffels. Ik draag ze zelf ook en ga al sinds het prille begin van onze samenwerking voor mijn zakelijke en vrijetijdskleding naar OFM.”



Frank Corbeek en Gert Kruys:  
voetbalhumor en korte lijnen





Tekst: Aart van der Haagen Fotografie: OFM



Mooie merken, goede kwaliteit en aardige mensen die oprechte service verlenen. Oké, één ding zit me wel dwars... dat Frank Corbeek voor Vitesse is. Daar heb ik echt moeite mee." Geschater van twee heren. "Voetbalhumor," vervolgt de ambassadeur van FC Utrecht. "Als één van de clubs slecht of goed presteert, vliegen

de berichten meteen op en neer over de app. Zonder gekheid: dit illustreert hoe kort de lijnen zijn." OFM. etaleert zijn gastvrijheid ook richting de spelers. Corbeek: "De laatste keer dat ze kwamen passen hebben we geregeld dat de bekende 'voetballerskapper' Michel Vorm van barbershop Maesons hierheen kwam om ze te knippen. Mooi om de wachttijd door te komen en voor ons een rustmoment in het doorpassen. Zo sneed het mes aan twee kanten."

### ALLEMAAL HETZELFDE SETJE

Precies dat laatste typeert de samenwerking tussen FC Utrecht en OFM., die zich ook weerspiegelt in activiteiten voor de Business Club. "We haken erbij aan of faciliteren ze," vertelt Corbeek. "Zo hebben we hier in het voorjaar een spellenavond gehouden, samen met Holland Casino en Wills Catering. Als partners kun je natuurlijk meer realiseren." Kruys: "Iedere maand staat er wel iets op het programma. De aftrap van het seizoen in augustus met een barbecue en een introductie van de spelersselectie, padel, golf, een avond naar de schouwburg, noem maar op. Verder heeft onze Business Club zijn eigen voetbalteam. Mannen die natuurlijk ook bij OFM. komen shoppen en allemaal hetzelfde setje dragen. Dan moet je de concurrentie eens zien kijken tijdens een wedstrijd, want dit mag je uniek noemen. Je leest de vragen zo van de gezichten af: 'Zijn dit nou de jongens van de selectie? Nee toch? Dat kan toch niet op die leeftijd?' Ook weer zo'n voorbeeld van hoe wij ons als A-merk willen positioneren." Last but not least beschikt OFM over zes kaarten om samen met relaties de thuiswedstrijden van FC Utrecht te bezoeken. De liefde zit immers diep.

Meer informatie: [www.onlyformen.nl](http://www.onlyformen.nl)







**Ambitie, groei en ontwikkeling. Natuurlijk, als werkgever wil je investeren. In je bedrijf en in je werknemers. Maar hoe dan? Met mbo voor professionals helpt ROC Midden Nederland je verder. Met jarenlange ervaring in volwassenenonderwijs op maat.**

## Volwassenenonderwijs op maat

Werken aan de ontwikkeling van je medewerkers, maar wel aangepast aan de wensen en behoeften van jouw organisatie. ROC Midden Nederland biedt met mbo voor professionals volwassenenonderwijs dat aansluit op de behoeften van jou als werkgever en aanvulling biedt op de kennis en ervaring van jouw medewerkers. We denken graag met je mee over de opleidingsvragen binnen jouw organisatie en leiden huidige en toekomstige werknemers op. Met jarenlange ervaring en expertise weten we wat er speelt in de verschillende sectoren en maken we de verbinding tussen ontwikkeling, onderwijs, sector en de arbeidsmarkt.



## Ontwikkelen van een goed opleidingsbeleid

In de huidige arbeidsmarkt is het steeds belangrijker om in de opleidingsbehoeften van je medewerkers te voorzien. Want opleiden is ontwikkelen én behouden van je medewerkers. Maar juist in deze tijd kun je medewerkers ook niet missen op de werkvloer. Ook wil je nieuwe medewerkers snel kwalificeren voor het werk. Een goed opleidingsbeleid is hierbij noodzakelijk. Mbo voor professionals helpt je de volgende stap te nemen en onze accountmanagers gaan graag met je in gesprek om tot creatieve oplossingen te komen.

Wil je meer weten over het ontwikkelen van opleidingsbeleid? Hoe een bedrijfsklas, opleiding, cursus, training, incompany of een andere op maat oplossing jou en jouw organisatie kunnen helpen? Neem dan contact op met een van onze accountmanagers.

Wil je meer weten of contact met onze accountmanager? Check de **QR-code** of ga naar **[mbovoorprofessionals.nl](https://mbovoorprofessionals.nl)**



## 'De stap om deze opleiding te doen heeft me veel gebracht'

'Wat ik tijdens de opleiding leer, kan ik direct naar de praktijk vertalen. In mijn gesprekken met medewerkers of tijdens sollicitatiegesprekken, coaching en natuurlijk de praktische checklisten. Dat heeft een positief effect op nieuwe en huidige medewerkers. De stap om deze opleiding te volgen heeft me veel gebracht en ik ben enorm 'gegroeid' in de manier waarop ik nu leiding geef.'



**Robin Verbocht**

Opleiding Leidinggevende mbo  
Kraakman, landbouw-, tuin-  
en parkmachines

- Samenwerken en aandacht op maat
- Korte trajecten t/m volledige opleidingen
- Mbo-erkende scholingen
- Maatwerk in opleiden



# VNO-NCW MIDDEN, KRACHTIG REGIONAAL NETWERK VOOR ÉCHT ONDERNEMERSCHAP

VNO-NCW Midden is een van de vijf krachtige regionale verenigingen van VNO-NCW, de grootste ondernemersvereniging van Nederland. “Wij maken ons sterk voor een optimaal ondernemers- en vestigingsklimaat in negen regio’s in de provincies Utrecht, Flevoland, Gelderland en Overijssel. Vanuit deze regio’s leveren wij samen met de ondernemers een belangrijke bijdrage aan de uitdagingen waar we als maatschappij voor staan,” vertelt Jan Martijn Broekhof, voorzitter VNO-NCW provincie Utrecht.

## BELANGRIJKE GESPREKSPARTNER

VNO-NCW Midden is een krachtig netwerk van ondernemers uit verschillende sectoren en branches. Indirect behartigt deze ondernemersorganisatie de belangen van ruim 17.000 bedrijven in 4 provincies met totaal 1,3 miljoen medewerkers. Jan Martijn Broekhof: “Het sterke aan onze vereniging is dat we ons echt inzetten vanuit de verschillende regio’s. We laten de stem van ondernemers horen in de regionale economie en door de verbondenheid met VNO-NCW klinkt het geluid uit de regio ook door in landelijk en Europees beleid. We worden door veel

overlegorganen als belangrijke gesprekspartner gezien.”

## COLLECTIEVE KRACHT

Jan Martijn Broekhof is ondernemer in Utrecht en inmiddels anderhalf jaar voorzitter van het bestuur van VNO-NCW provincie Utrecht. Deze bestuursleden, ook allemaal ondernemers, zetten zich in voor de regionale en lokale belangen van ondernemers en werkgevers in ‘hun’ provincie. “De opgaven waar wij als ondernemers nu mee te maken hebben, vragen om collectieve kracht en oplos-

singen. Het is daarom belangrijk dat we elkaar ook goed weten te vinden. Alleen dan kunnen we in onze mooie provincie maximale impact maken.”

## ERVARINGEN DELEN EN INSPIRATIE

Met het organiseren van inspirerende bedrijfsbezoeken en bijeenkomsten over actuele thema’s, waarbij ook volop gelegenheid is tot netwerken, worden ondernemers gestimuleerd om kennis en ervaring te delen en elkaar te inspireren. Ook initieert VNO-NCW Midden in samenwerking met diverse regionale partners aansprekende projecten om ondernemers te ondersteunen bij onderwerpen als energiebesparing, de transitie naar circulair ondernemen of hoe om te gaan met personeelskrapte. “Alles met als doel om jou als ondernemer te inspireren en te laten groeien,” aldus een enthousiaste Broekhof. Tijdens de Provincie Utrecht Tech Day op 22 oktober aanstaande in House Modernes Utrecht zal hij een van de round tables leiden.

## DÉ VERBINDING

In deze huidige tijd met de diverse grote uitdagingen waar ondernemers voor staan, is het belangrijk de krachten te bundelen en gezamenlijk de stem van ondernemers te laten horen richting de landelijke politiek. “Daarom is het ook goed om goed samen te werken met andere brancheverenigingen, lokale ondernemersverenigingen en de regionale en lokale politiek. Vooral bij langdurige lobbytrajecten. Door zo’n effectieve krachtenbundeling hebben we onder meer bereikt dat het kabinet een extra bijdrage levert aan het verbreden van de Rijnbrug bij Rhenen. Hiermee komt er zicht op een oplossing voor dit verkeers- en veiligheidssknelpunt in onze provincie. En dan is dit nog maar een kleine greep uit alles waarmee wij ons binnen VNO-NCW Midden bezighouden,” besluit Broekhof.

**Wil jij je ook aansluiten bij deze ondernemende vereniging? Kijk voor meer informatie op [www.vno-ncwmidden.nl](http://www.vno-ncwmidden.nl).**



Jan Martijn Broekhof:  
“De opgaven waarmee wij als ondernemers nu te maken hebben, vragen om collectieve kracht en oplossingen.”

## VOUCHERREGELING BEDRIJFSOPVOLGING MKB VAN START

Met de voucherregeling bedrijfsopvolging MKB krijgen kleine en middelgrote (familie)bedrijven in de provincie hulp bij het overdragen van hun bedrijf. Bedrijven met 2 tot 25 werknemers kunnen subsidie in de vorm van een tegoedbon aanvragen voor advies. Het maximale bedrag is 2.000 euro.

Succesvolle bedrijfsoverdracht zorgt voor continuïteit en heeft impact op het behoud van banen en welvaart. Met de voucherregeling wil de provincie Utrecht helpen bij dit proces. Datzelfde gebeurt door het programma 'Bedrijfsopvolging van het (familie)bedrijf'. Daarbij zorgt coaching voor bewustwording, begeleiding en ondersteuning bij de selectie van potentiële overnamekandidaten.

## JAARBEURS EN MOONBACK INTRODUCEREN HOTELPLATTEGROND

Koninklijke Jaarbeurs introduceert samen met hotelboekingswebsite Moonback een overzichtelijke hotelplattegrond. Hierop zijn alle aangesloten hotels in de regio Utrecht te zien.

26 "Wij willen bezoekers, exposanten en organisatoren van beurzen, congressen en vergaderingen de allerbeste klantbeleving bieden," zegt Jeroen van Hooff, CEO Koninklijke Jaarbeurs. "Gemak is hierbij essentieel. Bij meerdaagse en internationale bijeenkomsten is het van belang dat eenvoudig een goede accommodatie in de buurt van Jaarbeurs gevonden en geboekt kan worden."

Moonback is in 2020 door een crowdfundingcampagne ontstaan en biedt naast in de regio Utrecht accommodaties in meer dan vijftig Europese steden. De samenwerking is een weloverwogen keuze, stelt Van Hooff. "Moonback is een eerlijke boekingsite met een gelijke behandeling voor alle hotels. Hotels betalen geen extra commissies om op een hogere plek te komen. Bij Moonback boek je het hotel van je keuze op basis van locatie op de plattegrond. De samenwerking met Moonback biedt niet alleen onze bezoekers en klanten een waardevolle aanvulling, maar is dat ook voor de hotels in en rond Utrecht."

JAARBEURS  
Moonback  
The fair booking site



## TWINTIG JAAR TENDERSPECIALIST ROGER

Sinds de oprichting in 2003 toont Roger zich een betrouwbare partner met gespecialiseerde expertise op het gebied van tendermanagement en procurement.

Gedurende de afgelopen twee decennia hielp Roger organisaties omzet te vergroten door het winnen van aanbestedingen. Daarbij gaat het om opdrachtgevers uit onder meer bouw, infrastructuur, mobiliteit, gezondheidszorg en facilitaire zaken. Verder worden (semi)overheden ondersteund bij het verbeteren van inkoopprestaties.

Om het twintigjarige jubileum te vieren, organiseert Roger verschillende evenementen en initiatieven. Hiermee benadrukt het bedrijf haar prestaties en versterkt de samenwerking met klanten, partners en medewerkers. (foto Thomas Boden)

## CHI CHI THE GOLF VENUE

In het Noorderpark aan de rand van Utrecht biedt Chi Chi een nieuw golfbelevingsconcept. Sport wordt hierbij gecombineerd met entertainment en uitgebreide horecavoorzieningen.

De driving range heeft een groot aantal afslagpunten. Ook prostudio's, oefengebieden en interactieve games zorgen voor een beleving die afwijkt van de traditionele golfclubs.

Volgens de initiatiefnemers zijn vergelijkbare golfconcepten in het buitenland zeer succesvol en trekken daar een nieuw, jong publiek. Door de combinatie met een bar en restaurant richt Chi Chi zich ook op personeelsuitjes en events.





# De Kia EV6.

Volledig elektrisch. Voel de vooruitgang.

€ 2.950 overheidssubsidie mogelijk (SEPP).



Movement that inspires

Vanaf

€ 45.995

De EV6, de revolutionaire auto van Kia. Met snellaadopties die het opladen versnellen en slimme laadoplossingen die piekbelasting verminderen, toont de Kia EV6 het streven naar een duurzamere mobiliteit. In slechts 18 minuten laad je van 10 tot 80 procent en kun je je weg weer vervolgen. Ervaar de prestaties tijdens een proefrit.

**Kooijman Utrecht**  
Meijewetering 39  
Tel: 030 - 26 60 044

**Kooijman Zeist**  
Blanckenhagenweg 14  
Tel: 030 - 69 81 910 | [kia-kooijman.nl](http://kia-kooijman.nl)

**KOOIJMAN AUTOGROEP**  
*Persoonlijke aandacht telt*

De EV6 met 58 kWh batterij heeft een actieradius van 394km (volgens de WLTP-testcyclus). De EV6 met 77.4 kWh batterij heeft een actieradius tot 528km (volgens de WLTP-testcyclus). De vermelde waarden voor het brandstofverbruik en de CO2-uitstoot zijn gemeten volgens WLTP. Genoemde consumentenprijs is geldig bij aankoop van een nieuwe Kia EV6 met uiterste kentekenaanvraag op 30-09-2023 en uiterste registratie op 31-10-2023. Kijk voor meer informatie op [kia.com](http://kia.com) of vraag ernaar bij jouw Kia-dealer. Getoonde modellen kunnen afwijken van de beschreven uitvoering. Wijzigingen en drukfouten voorbehouden. Enkel particulieren kunnen in aanmerking komen voor de subsidieregeling (SEPP). De SEPP-subsidie is enkel geldig op de EV6 Light Edition en Edition.







KASTEEL DE HOOGHE VUURSCHÉ

# “ONTZORGEN ZIT IN ONZE HARTEN”

Op zoek naar een toplocatie voor een vergadering, borrel, diner, bruiloft of personeelsfeest? Kasteel De Hooge Vuursche is de meest ultieme eventlocatie in het hart van Nederland. Utrecht Business spreekt in het rustieke kasteel uit 1912 met mede-eigenaar Stephan van den Akker van Event Company en ‘kasteelheer’ Henk-Jan Priem.

Als je tijdens de ZO! Zomerborrel toch aanwezig bent in Kasteel De Hooge Vuursche tussen Hilversum en Baarn, dan grijp je natuurlijk de gelegenheid met beide handen aan om met Stephan van den Akker van Event Company en Henk-Jan Priem te praten over een van de mooiste eventlocaties die Nederland rijk is. Stephan: “Henk-Jan is het gezicht van de zaak; ik ben de man op de achtergrond, samen met mijn compagnon Mirco Cuppens. Ik heb aan de Hotelschool in Den Haag gestudeerd en in 1997 kwamen Mirco en ik vrijwel tegelijkertijd op het idee om voor onszelf te beginnen in deze branche. We bundelden onze krachten in De Lindenhof in Delft. Toen we in 1999

onze tweede locatie kochten, Landgoed Te Werve in Rijswijk, moesten we een naam bedenken waaronder de bedrijven zouden vallen. Zo is ‘Event Company’ geboren. We konden in 2006 Kasteel De Hooge Vuursche aan ons portfolio toevoegen. Onze meest recente evenementenlocatie is Te Werve Buiten, op het landgoed van Te Werve. We hebben dat in 2017 toegevoegd.”

## GROTE LIEFDE

Al sinds de start van Event Company hebben de eigenaren een grote liefde voor bijzondere, ‘groene’ locaties. “De setting speelt voor onze gasten een grote rol. Daarom zijn we ook zo blij met De Hooge

Vuursche. Vergaderen kun je in principe overal. Maar als je in Baarn komt aanrijden en je ziet in de verte dat prachtige kasteel met de oprijlaan en die karakteristieke fontein, dan is je dag al geslaagd. Op kasteel De Hooge Vuursche zit je midden in de natuur, je loopt in de pauze van een vergadering zo een rondje door het landgoed van negentien hectare.”

## KOOPVAARDIJOFFICIER

Het kasteel is met zijn 112 jaar relatief jong. Het werd gebouwd in opdracht van een koopvaardijofficier en zijn echtgenote en fungeerde in eerste instantie als woonhuis. De architectuur van het kasteel staat op naam van bouwmeester Eduard



Cuypers. In 1912 ging het officieel open. De inrichting en de vele versieringen aan de binnen- en buitenzijde zijn door vooraanstaande Nederlandse kunstenaars uitgevoerd. In de rijke decoratie is een belangrijke plaats ingeruimd voor de zeevaart, met dank aan de eerste eigenaar.

### SAFEHOUSE VOOR HEINEKEN

Na een aantal verschillende eigenaren kwam De Hooge Vuursche in 1975 in handen van Freddy Heineken. Vanaf dat moment fungeerde het als trainingslocatie voor medewerkers. Na de ontvoering van Heineken in 1983 was het kasteel een tijdje het safehouse van de biermagnaat. Een vleugel van het pand werd kogelvrij gemaakt zodat hij daar bij een eventuele dreiging veilig kon verblijven. Van den Akker: "We namen het landgoed, het kasteel en de overige panden in 2006 van de bierbrouwerij over. Aansluitend werden het kasteel en het koetshuis in twee jaar gerenoveerd en met behoud van historische details eigentijds ingericht. Ik vind het altijd geweldig om zo'n nieuwe locatie helemaal in onze stijl te restaureren en in te richten. Modern, maar met de klassieke elementen die bij de locatie passen. En de voldoening die je dan voelt als je vervolgens merkt dat mensen hier graag komen, daar doen we het voor." Overigens schenkt De Hooge Vuursche nog steeds een Heineken-biertje en is de bulletproof vleugel onaangetast gebleven. Die dient nu als kantoor van 'kasteelheer' Henk-Jan Priem. "We zitten daar lekker veilig."

### VERWACHTINGEN OVERTREFFEN

Ongeveer zestig procent van de clientèle van De Hooge Vuursche is zakelijk, vertelt Van den Akker. "Het kasteel is geschikt voor evenementen vanaf zes tot 450 personen. Vergaderingen, trainingen, kleine seminars vinden doorgaans plaats in het koetshuis dat functioneel is ingericht voor groepen tot maximaal vijftig personen. Worden de groepen groter dan is het kasteel bij uitstek geschikt. Na afloop van een evenement zijn negentien hotelkamers in het kasteel beschikbaar. Je kunt hier niet zomaar binnen komen lopen voor een kopje koffie; alles gaat hier op afspraak, zowel voor particuliere als zakelijke gasten. De beide groepen gebruikers hebben een belangrijke overeenkomst: ze willen allemaal ontzorgd worden. Daar zorgen wij dan ook voor, meestal op een niveau dat hoger ligt dan ze eigenlijk verwachten. Dat ontzorgen zit in onze harten; op culinair niveau, maar ook op serviceniveau. De combinatie van zakelijke en particuliere gasten is leuk en uitdagend. Beide type gasten hebben verschillende verwachtingen en het is aan ons om deze te overtreffen."

### TEAM MET PASSIE

Henk-Jan Priem: "Zo'n mooie locatie verkoopt bijna zichzelf. Het is aan ons team en mij om ervoor te zorgen dat het eten, drinken, slapen en het serviceniveau een waarde heeft van een 9+. Dat is ook gelijk het probleem van zo'n mooie locatie. Mensen uit de zakelijke markt die we hier ontvangen, mogen verwachten

dat de kwaliteit op een niveau ligt dat bij de locatie past. Wij moeten elke keer die verwachting zien waar te maken. Dat maakt het werk uitdagend. We weten heel goed wat we kunnen, maar ook waar onze grenzen liggen. We doen wat we beloven, en anders doen we het niet. Daar heb je een bevoegen team met passie voor het vak voor nodig en dat team hebben we."

### KLANTEN KEREN TERUG

Mond-tot-mondreclame is heel belangrijk, constateert eigenaar Van den Akker. "Een klant komt hier een eerste keer en daarna is het aan Henk-Jan en zijn team met zestien fulltimers en zo'n dertig parttimers om te zorgen dat ze ook daarna wéér graag willen komen. Aandacht voor de klant zit 'm in de details. Soms zien we dat opdrachtgevers een uitstapje maken, om zich daarna te realiseren dat het bij ons toch wel erg goed geregeld is. Het is leuk om die klanten te zien terugkeren."

### SPECIAAL PLEKJE

Stephan van den Akker is blij met zijn evenementenlocaties. "Ik wil het nog niet vergelijken met mijn kinderen, maar je gaat er uiteindelijk toch van houden. De locaties zijn me even lief, maar De Hooge Vuursche heeft wel een speciaal plekje in mijn hart. De uitstraling en de grandeur van dit landgoed en het kasteel vind je niet snel. We kunnen hier bieden wat wij belangrijk vinden: kwaliteit, sfeer en gastvrijheid."

**Meer informatie: [eventcompany.nl](http://eventcompany.nl)**

29



Henk-Jan Priem en Stephan van den Akker

Fotografie: Max Willemans





Amersfoort



De Dom



Utrechtse Heuvelrug



Hoog Catharijne



### DierenPark Amersfoort

“De leukste locatie van Nederland!”

Barchman Wuytierslaan 224 | 3819 AC Amersfoort  
T 033-4227100 | feestenvergaderen@dierenparkamersfoort.nl  
www.dierenparkamersfoort.nl/feesten-en-vergaderen



### Mercure Hotel Amersfoort Centre

“Midscale hotel voor zakenreizen of vakanties”

De Nieuwe Poort 20 | 3812 PA Amersfoort | T 033 285 1000  
H8996-RE@accor.com | www.mercure.com



### Muntgebouw Utrecht

“Indrukwekkend en centraal gelegen”

Leidseweg 90 | 3531 BG Utrecht  
T 030-721 04 00 | zaalverhuur@muntgebouw-utrecht.nl  
www.muntgebouw-utrecht.nl

## Utrecht: centraal, verbindend, inspirerend

**Daarom Utrecht!**



Ben je op zoek naar een passend congrescentrum, een bijzondere vergaderruimte of een inspirerende evenementenlocatie voor jouw evenement? Op deze pagina tref je een overzicht van inspirerende locaties in de provincie Utrecht.

- Je locatie altijd op rijafstand
- Natuur én stad bieden ruimte voor creativiteit
- Je bevindt je in het centrum van innovatie
- Je meeting of event is goed te combineren met een toeristisch uitstapje





### Carlton President

“Dé meest centrale ontmoetingsplek van Nederland.”

Floraweg 25 Utrecht | Tel 030 2414182  
www.carlton.nl/president



### Expo Houten

“Meeting & Events”

Meidoornkade 24 | 3992 AE Houten | T: 030-6349100  
info@expohouten.nl | www.expohouten.nl



### Mariënhof Amersfoort

“Onbeschrijfelijk stadsklooster met hart en ziel”

Kleine Haag 2 | 3811 HE Amersfoort | 033-4632979  
zaalverhuur@marienhof.nl | www.marienhof.nl



### Kontakt der Kontinenten

“Wereldse gastvrijheid”

Amersfoortsestraat 20 | Soesterberg | T 0346 351 755  
info@kontaktderkontinenten.nl  
www.kontaktderkontinenten.nl



### Stadsschouwburg Utrecht

“Een unieke theater- en evenementenlocatie”

Lucasbolwerk 24 | 3512 EJ Utrecht | 030 - 232 41 50  
verhuur@ssbu.nl | www.ssbuzaalverhuur.nl



### KNVB Campus

“Voor de teams van morgen”

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



### Van der Valk Hotel Amersfoort-A1

“Een luxe viersterrenhotel in Amersfoort, direct gelegen aan de A1”

Ruimtevaart 22 | 3824 MX Amersfoort | 0334 540 000  
sales@amersfoort.valk.com | www.hotelamersfoort.nl



### Landgoed de Horst

“Voor vergaderingen trainingen en congressen”

De Horst 1 | 3971 KR | Driebergen-Rijsenburg  
0343 556 455 | welcome@landgoeddehorst.nl  
www.landgoeddehorst.nl



### Oud London Horeca Groep

Oud London Hotel Restaurant | Catering | Slot Zeist |  
Restaurant Hermitage | Golfbaan Sluispolder

Woudenbergseweg 52 | 3707 HX Zeist | T 0343 - 491 245  
sales@oudlondon.nl | www.oudlondon.nl



# Utrecht Convention Bureau



Hoog Catharijne



De Dom



## DE HALL

“Burgerei en Zakenlui”

Korenmolen 4 | Woerden | T 0348-705280  
frontoffice@dehall.nl  
www.dehall.nl



## Spoorwegmuseum Utrecht

“Het leukste station van Nederland voor elk event van 20 tot 3000 personen”

Maliebaanstation | 3581 XW Utrecht | 030-2306289ver  
sales@spoorwegmuseum.nl |  
www.spoorwegmuseum.nl/locaties



## Jaarbeurs

“Live, hybride of online: Samen maken we van jouw event een succes”

Jaarbeursplein | 3521 AL Utrecht  
T +31(0)30 295 58 81  
E events@jaarbeurs.nl | www.jaarbeurs.nl/organisator



## ZIMIHC Podium voor Amateurkunst

Theaters, vergaderruimtes en oefenruimtes  
in drie wijken in Utrecht:  
Overvecht, Wittevrouwen en Zuilen.  
Bouwstraat 55 | 3572 SP Utrecht | 030 - 2723455  
info@zimiHC.nl | www.zimiHC.nl



## DoubleTree by Hilton Royal Parc Soestduinen

Van Weerden Poelmanweg 4-6 | 3768 MN | Soest  
+31 35 603 8383 | Reception@hilton.com  
www.hilton.nl



## MR BLACK AND THE WHITE OX

Vleutensevaart 100 | 3532 AD Utrecht  
T 030 30 79 220  
E restaurant@mrblackandthewhiteox.com |  
www.mrblackandthewhiteox.com





mr. Evelien Brussee  
 Van Benthem & Keulen Advocaten & Notariaat  
 e-mail: evelienbrussee@vbk.nl  
 telefoon: 030 259 55 52

## HANDREIKING VOOR HET OMGAAN MET MELDINGEN SEKSUEEL GRENSOVERSCHRIJDEND GEDRAG OP DE WERKVLOER

In de media is de afgelopen tijd veel aandacht voor (het probleem van) seksueel grensoverschrijdend gedrag. Niet zelden is de publiciteit ook gericht op hoe de betreffende organisatie de melding van dergelijk gedrag heeft opgepakt. Van werkgevers wordt verwacht dat het seksueel grensoverschrijdend gedrag wordt gestopt, maar tegelijkertijd moet rekening worden gehouden met de belangen van alle betrokkenen. Voor werkgevers is het belangrijk om te weten hoe om te gaan met meldingen van seksueel grensoverschrijdend gedrag op de werkvloer.

Mariëtte Hamer, regeringscommissaris seksueel grensoverschrijdend gedrag en seksueel geweld, heeft eerder dit jaar een handreiking gepubliceerd: "Handreiking Meldingen van seksueel grensoverschrijdend gedrag op de werkvloer". Deze handreiking, een pilotversie, is bedoeld als hulpmiddel bij de aanpak van meldingen waar bedrijven zelf mee aan de slag kunnen. Ook wordt met de handreiking beoogd een cultuurverandering in organisaties te inspireren.

### DE FASEN IN HET PROCES RONDOM EEN MELDING

De handreiking beschrijft het gehele proces van het binnenvallen van een melding en de stappen die daarop volgen, inclusief de verschillende interventies en, waar passend en gewenst, ook het uitvoeren van een onderzoek. De handreiking deelt het proces op in verschillende fasen, kortweg:

-Fase 0: Wees voorbereid op een melding. Het advies is om een plan van aanpak gereed te hebben om te handelen bij meldingen, dus al vóór een melding binnenkomt. In dit verband wordt niet alleen een klachtenregeling genoemd, maar bijvoorbeeld ook het introduceren van een gedragscode en de mogelijkheid tot het instellen van een vertrouwenspersoon. Momenteel ligt een wetsvoorstel bij de Eerste Kamer om het instellen van een vertrouwenspersoon verplicht te maken.

-Fase 1: Beslis wat te doen met de melding. Het gaat hier om een juiste opvolging van de melding, voor zowel de melder als de organisatie. De melding en context wordt in kaart gebracht waarna (tijdelijke) interventies worden overwogen en ingezet. Daarbij kan een onderzoek in de rede liggen, maar andere interventies (bijvoorbeeld een gesprek of mediation) kunnen passender zijn. Let op: de handreiking spreekt niet over ontslag, overplaatsing of demotie. Afhankelijk van de omstandigheden van het geval, kunnen ook deze - strengere - maatregelen aan de orde en passend zijn.

-Fase 2: Voer de gekozen opvolging zorgvuldig uit. In deze fase wordt opvolging gegeven aan de melding, met oog voor de betrokkenen en omgeving. De handreiking geeft 'tips en tricks' voor verschillende interventies, van een correctief gesprek tot (nader) onderzoek naar de melding (bijvoorbeeld een cultuur- of meldingonderzoek).

-Fase 3: Leer van het meldproces. Tot slot wordt het proces geëvalueerd en wordt zorggedragen voor de betrokkenen. Waar nodig kan het beleid binnen de organisatie worden aangescherpt.

### JUISTE OPVOLGING BLIJFT MAATWERK

Voor iedere fase deelt de handreiking de nodige tips om werkgevers houvast te bieden bij het oppakken c.q. opvolgen van meldingen van seksueel grensoverschrijdend gedrag. Let op: de juiste opvolging is en blijft uiteindelijk maatwerk. Voor meer informatie over of ondersteuning bij het opvolgen van meldingen binnen uw organisatie, kunt u altijd contact opnemen met een van onze arbeidsrechtsspecialisten.







MYCARCLUB RICHT ZICH OP ONDERNEMERS

# LAMBO RIJDEN AANSPREKEND ALTERNATIEF VOOR GOLFCLINIC

Hoe exclusief en kostbaar hun sportwagens ook mogen zijn, de ondernemers Marcel van den Brink en Peter Slavenburg laten ze niet onder afdekhoezen verstoffen. Ze gebruiken hun Aston Martin Vantage Roadster, Porsche 911 Carrera S en een spectaculaire Lamborghini Gallardo waar ze voor bedoeld zijn: rijden. Hun bedrijf MyCarClub in Houten is de ultieme manier om tijdens een mooie trip met bijzondere auto's je zakenrelaties op een hele andere manier te leren kennen. Utrecht Business stapte een dagje achter het stuur en genoot. En laat dát nou precies de missie van MyCarClub zijn.

Wie wil er niet eens rijden met sportwagens die bij autoliefhebbers warme gevoelens opwekken. Veel mensen houden van exclusieve sportauto's, maar een klein aantal geeft zichzelf de kans om er daadwerkelijk in te rijden en blijft het bij een droom. Maar met een corporate membership van MyCarClub in Houten kun je nieuwe medewerkers aantrekken en bestaande medewerkers enthousiasmeren, belonen en in het zonnetje zetten. Daarnaast is het MyCarClub corporate membership een fantastische manier om zakenrelaties een onvergetelijke dag te bezorgen. "Geen bezit, geen zorgen, geen onderhoud, alleen betaalbaar genieten," zegt mede-eigenaar Marcel van den Brink.

## DE HAND GESCHUD

Het idee voor MyCarClub ontstond toen zijn business-partner Peter Slavenburg op zoek was naar een mooie stalling voor zijn Porsche. "Die vond ik bij Passion For Cars in Houten, bij Remco van den Brink - de broer van Marcel. Hij biedt een veilige, discrete, verwarmde, vochtvrije stalling aan voor exclusieve auto's. Ik raakte met Marcel aan de praat. We filosofeerden over hoe we mensen betaalbaar van auto's konden laten genieten, een idee dat we onafhankelijk van elkaar al eerder hadden bedacht. Een half uur nadat we elkaar hadden leren kennen, hebben we elkaar de hand geschud en besloten we MyCarClub te starten. Het heeft zo moeten zijn. Er waren nog veel hindernissen te nemen, onder andere de samenstelling van de auto's. We hebben nu een Lamborghini met tien cilinders, een Aston Martin met een achtcilinder en een Porsche 911 met zes cilinders; een gevarieerd assortiment waar iedere autoliefhebber zich wel in kan vinden en dat nog verder wordt uitgebreid."

## DROOM WAARMAKEN

"Wij hebben een prachtig mooi autohotel," vult Marcel aan. "Daar staan bijzondere auto's die soms helemaal niet gebruikt worden en dat vonden we vreselijk jammer. Iedereen

wil alles 'hebben-hebben-hebben' terwijl je ook samen kunt delen. We vroegen ons af waarom dat niet gebeurt met sportwagens. Je kunt daarmee een droom waarmaken voor heel veel mensen. Onze businessclub is voor ondernemers en autoliefhebbers die willen investeren in ervaringen en mooie herinneringen, maar niet per se zelf een exclusieve auto willen bezitten. Zo is MyCarClub ontstaan onder het motto: 'er moet meer genoten worden.'

## GROTE GRIJNS

Volgens Peter Slavenburg is zijn zakelijk partner Marcel van den Brink de verpersoonlijking van het idee achter MyCarClub. "Hij vindt alles leuk wat eromheen zit, het pure genieten, de vormgeving. Het gaat Marcel niet om de techniek; woorden als 'turbo' of 'pk' zul je van hem niet horen. De auto is voor hem een middel om een mooie dag of weekend te beleven en van het leven te genieten." Het wordt door Van den Brink beaamd. "Ik word er blij van als ik mensen met een grote grijns de auto in zie stappen die ze met een even grote grijns weer terug komen brengen. Als ze vertellen dat ze ergens een lekker broodje hebben gegeten, met zakenrelaties een onvergetelijk dag beleefd hebben of een mooie route hebben gereden... Dat is mijn passie om dit concept tot leven te brengen. Peter is meer van de snelheid; wij vullen elkaar als zakelijk partners mooi aan."

## ONVERVALST RIJPLEZIER

MyCarClub kan voor bedrijven een tailor made jaarmembership samenstellen, gebaseerd op het aantal medewerkers en het aantal autodagen. MyCarClub regelt alles vanuit alles vanuit de hypermoderne stalling van Passion For Cars in Houten. Slavenburg: "Onze members hoeven alleen maar te reserveren via de speciale MyCarClub-app. De sportwagen die je hebt gekozen, staat dan afgetankt op je te wachten voor een dag of meerdere dagen onvervalst rijplezier."

## ADVANCED DRIVER TRAINING

Natuurlijk krijg je auto's met 400 pk of meer niet onmiddellijk mee. Je start het membership met een professionele advanced driver training waarbij je onder begeleiding van een ervaren instructeur de fijne kneepjes van het rijden met supercars wordt bijgebracht. Naast basisvaardigheden zoals rem-, stuur- en kijktechniek gaat de cursist-voor-een-dag ook op de Autobahn in Duitsland wat vlotter en op hogere snelheid rijden. Met als afsluiting een officieel advanced driver certificaat; het letterlijke ticket to ride met een sportwagen naar keuze. De rijvaardigheidstrainingen zijn ook los te volgen voor degenen die net een beetje beter willen leren rijden. MyCarClub heeft voor zijn members ook exclusieve routes beschikbaar. Naast het rijden worden verspreid over het seizoen ook nog een aantal social events en roadtrips georganiseerd zoals de jaarlijkse MyCarClub-dag waar members elkaar kunnen ontmoeten en ervaringen kunnen delen.

## ONVERGETELIJKE MOMENTEN

Uit de zakelijke wereld blijkt veel belangstelling te bestaan voor een membership bij MyCarClub, is inmiddels de ervaring van Van den Brink en Slavenburg. "Je kunt op een heel leuke manier je zakenrelaties verdiepen en je netwerk uitbreiden. Verder is het rijden met onze auto's een leuke manier om de band tussen de medewerkers te versterken, het team te motiveren of op een ludieke manier nieuw personeel te werven. Ook is het MyCarClub corporate membership een fantastische manier om zakenrelaties een onvergetelijke herinnering te bezorgen. Weer eens iets anders dan een golfclinic of een avond in een skybox. Geen gezeur, wij regelen alles en laten je gewoon onvergetelijke momenten beleven in onze exclusieve sportwagens."

**Meer weten over het membership van MyCarClub? Kijk dan op [mycarclub.nl](http://mycarclub.nl)**



FORT DE GAGEL VIERT EENJARIG BESTAAN MET BIJZONDER BIER

# DUURZAME TOEKOMST VOOR HISTORISCH COMPLEX

Na een ingrijpende renovatie maakt Fort de Gagel snel naam als restaurant en evenementenlocatie. Steeds meer zakelijke en particuliere gasten weten de weg naar het Utrechtse Waterliniefort te vinden. “Iedereen is verrast door de sfeer en de mogelijkheden op deze unieke plek.” Alle reden voor een toast met een bijpassend biertje.

Wie Fort de Gagel binnenkomt, wacht een verrassing. “Als mensen de trap oplopen en het restaurant zien, is iedereen onder de indruk,” merkt Sybren Ophof. “Zo’n grote ruimte met zoveel licht en sfeer verwachten ze niet in een fort. Daarom geven we gasten bewust even tijd voor we ze aanspreken.”

## INGEWIKKELDE OPGAVE

Het fort werd aangelegd als onderdeel van de Nieuwe Hollandse Waterlinie. De eerste gebouwen dateren uit 1850. “De gemeente was al sinds 2011 in gesprek met een partij om het vervallen complex te renoveren en opnieuw te ontwikkelen. Een ingewikkelde en kostbare opgave; corona maakte definitief een eind aan deze poging.”

## BRUIKBARE BAGAGE

Ophof kreeg vervolgens de vraag of hij geïnteresseerd was om de bijzondere plek nieuw leven in te blazen. Zijn eerdere ervaringen vormen daarbij bruikbare baggage. “Vanaf de start was ik nauw betrokken bij DeFabrique in Maarssen, samen met de familie Van Eck. Stap voor stap hebben we een voormalige veevoederfabriek ontwikkeld tot evenementenlocatie en kartcircuit.”

## OOG VOOR DETAIL

In 2019 was het tijd voor iets nieuws. “Na mijn aandelen te hebben verkocht, deed ik een aantal interimopdrachten. Toen kwam Fort de Gagel op ons pad.”

Met ons verwijst hij naar Pascale Heinsius, zijn partner in het fort. “Ze

heeft jarenlange restaurantervaring, onder meer met Geesberge in Maarssen. Waar mijn hart vooral ligt bij het ontwikkelen en bouwen, heeft Pascale als geen ander oog voor detail. We vullen elkaar prima aan.”

## UNIEKE COMBINATIE

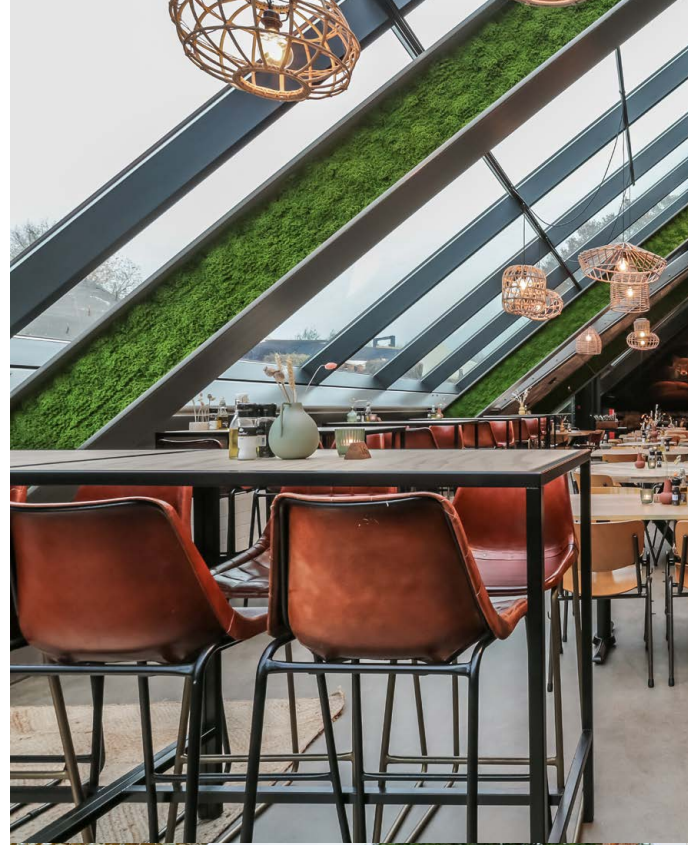
Eendrachtig vielen ze voor de locatie. “De Gagel ligt niet verstopt zoals veel forten maar aan de rand van Overvecht. Tegelijkertijd is er het weidse uitzicht over het Noorderpark. Die combinatie is uniek. De gemeente verbeterde de toegangsweg en er is een parkeerterrein aangelegd. De bereikbaarheid is prima, pal aan de noordelijke rondweg.”

## WERELDERFGOED

De Hollandse Waterlinie waarvan Fort de Gagel onderdeel uitmaakt, zijn gekwalificeerd als UNESCO Werelderfgoed. “Dat heeft veel impact, zowel qua aandacht als wat betreft beschikbare financiële middelen,” weet Ophof. “En die waren hard nodig, want renovatie is geen sinecure bij zo’n groot complex met veel achterstallig onderhoud. Kunst was om evenwicht te vinden tussen historische elementen en een toekomstbestendige functie.”

## UTRECHTSE DETAILS

Niet alles kon en mocht bij de renovatie. “Compromissen waren onvermijdelijk. Het is gelukt om de sfeer te behouden en tegelijkertijd nieuwe elementen toe te voegen.” Niet te missen is de grote muurschildering van twee vossen door kunstenaar Jan Is De Man. “De planken voor de







ronde tafels in het restaurant komen van een plataan op het Vredenburg, vergadertafels van een iep uit het Wilhelminapark.”

### ALTIJD WELKOM

Op 2 september 2022 gingen de deuren open, of beter: zakte de brug over de fortgracht. Als restaurant en evenementenlocatie is Fort de Gagel zeven dagen per week van tien tot tien geopend. “Iedereen is dus altijd welkom,” zegt Ophof. “Op weekdagen zijn er veel zakelijke gasten tijdens congressen, vergaderingen, beurzen en bedrijfsfeesten. De grote zaal biedt plenair plaats aan 100 personen; tijdens een feest is zelfs ruimte voor 150 gasten.”

### MESSING SCHARNIEREN

Er zijn zeven vergaderzalen voor kleine en grotere groepen, veelal met een bijzonder verhaal. Een ervan is de voormalige munitiekamer, met messing scharnieren om een ontplofing te voorkomen. Ook het bomvrije wachthuis met bar en wijnkelder is het vermelden waard.

Het terrein rond het fort zorgt voor een extra dimensie. “Hier is alle ruimte voor evenementen, borrels en diners, tussen de bunkers en met uitzicht over de weilanden.”

Particulieren weten vooral in het weekend de weg naar Fort de Gagel in groten getale te vinden. “Voor een kop koffie, lunch of diner, maar er worden ook bruiloften en verjaardagen gevierd.”

### GEEN VERSPILLING

Aandacht voor duurzaamheid vindt Ophof vanzelfsprekend. “Dat begint al bij het fort zelf. Immers, een bestendige toekomst voor een bestaand gebouw is veel duurzamer dan nieuwbouw. Ook bij de inrichting zijn elementen van elders hergebruikt.” Voedselverspilling is uit den boze.

“Niets wordt hier weggegooid. Daarom worden á la carte dezelfde gerechten geserveerd als bij onze evenementen. De keuze kan iets beperkter zijn maar gasten vinden dat geen enkel probleem. Ze steunen onze aanpak.”

### TOFFE GERECHTEN

Ook door de verbinding met buurwijk Overvecht toont het fort haar maatschappelijke gezicht. “Op de menukaart staat een wisselend wereldge-

recht. Dat is bedacht of aangedragen door een bewoner van Overvecht, vaak een van onze medewerkers. Het levert toffe gerechten op. Door deze te serveren, maken we gasten deelgenoot van onze band met de wijk. Ook nodigen we maandelijks een groep eenzame oudere mensen uit Overvecht uit voor een gezamenlijke kop koffie. Dat initiatief wordt zeer gewaardeerd.”

### EXPEDITIE GAGEL

Een jaar na de opening is Ophof een tevreden ondernemer. “De aanloop van zowel zakelijke als particuliere gasten is boven verwachting. Mensen zijn telkens verrast door de sfeer en de mogelijkheden op deze plek.”

Nieuwe initiatieven versterken de link met de locatie. “Met steun van de Provincie Utrecht ontwikkelen we Expeditie Gagel, een spel dat het verhaal vertelt van de Waterlinies en het fort. Het wordt een combinatie van educatie en fun, prima te combineren met een bedrijfsfeest.”

### EIGEN BIER

Het logo van het fort bevat een plantje: de gagel, naamgever van het complex. “We ontdekten dat dit vroeger werd gebruikt om bier te brouwen, als vervanger van hop. Het triggerde mijn zwager, brouwer bij Stadskaasteel Oudaan; hij verraste ons met een fust gagelbier.” Dat smaakt naar meer, letterlijk. “Samen met de boswachter van het Noorderpark vonden we een plek waar gagel groeit. Genoeg voor een mooie voorraad bier dat alleen hier en in Oudaan verkrijgbaar is.” Bij uitstek geschikt om het glas te heffen op het eenjarig bestaan, vindt Ophof. “Met deze nieuwe functie heeft het fort nu een duurzaam perspectief. Daar mogen alle betrokkenen trots op zijn.”

*Meer informatie: [fortdegagel.nl](http://fortdegagel.nl)*





  
**WOOIJSEHOF**  
uw zakelijke beleving op maat!

**VERGADEREN**  
**ONTMOETEN**  
**INSPIREREN**  
**SPARREN**  
**TRAINEN**



[www.wooijsehof.nl](http://www.wooijsehof.nl)  
Herpen, Noord-Brabant

**LANDELIJKE & EXCLUSIEVE  
VERGADERLOCATIE**

**We ♥ PrintMedia**



Houdt u ook zo van schitterend drukwerk, scherpe prijzen en uitstekende service? Neem nu contact op en ondervind zelf de geweldige kwaliteit van ons Nederlands/Baltisch traject: optimaal van boom tot deur.

Bouwmeesterweg 52 | 3123 AA Schiedam T 010 247 6666 W [www.balmedia.com](http://www.balmedia.com) E [info@balmedia.com](mailto:info@balmedia.com)

 **BalMedia**



Mark Scholten en Anita Bosman



PROGRAMMA SAMEN DIGITAAL VAN HOGESCHOOL UTRECHT

## DATA EN AI STUDIO SPECIAAL VOOR ONDERNEMERS

39

Nederland is volop in beweging en ook u als ondernemer merkt dat. Een krappe arbeidsmarkt, duurzaamheid... En sinds november 2022 is er ook nog ChatGPT. Verwarring alom. Gaat AI onze banen overnemen? Wordt de facturatie straks door AI gedaan? Bestaat de klantenservice in de toekomst volledig uit chatbots? Zullen data-analisten overbodig worden?

Het zal zo'n vaart niet lopen. AI zal geen volledige vervanger zijn van menselijke arbeid, maar is juist een tool die de productiviteit kan verhogen. Maar hoe pakt u dit aan? En hoe houdt u de ontwikkelingen bij, zodat u niet achter gaat lopen op de concurrentie?

Als Hogeschool Utrecht zijn wij het programma Samen Digitaal gestart. Binnen dit programma houden we ons bezig met zowel het mkb als met het toepassen van AI. Vandaar dat besloten is om de Data en AI Studio op te starten. Daarmee kunnen we u als ondernemer verder op weg helpen.

Binnen de Data en AI Studio bieden wij mkb'ers een kosteloze workshop aan van een halve dag. Daarin wordt vanuit zakelijk én dataperspectief verkend of AI iets voor u is. Bijvoorbeeld om het grootste deel van de binnenko-

mende e-mails aan uw klantenservice automatisch af te handelen. Of om te voorspellen wanneer machines preventief onderhoud nodig hebben, zodat u als ondernemer niet voor onverwachte verrassingen komt te staan.

Mocht na een halve dag blijken dat de inzet van AI iets voor uw onderneming zou kunnen zijn, dan gaan we daar samen verder mee aan de slag. Na een proefperiode van 2 tot 6 weken weet u of AI u echt verder kan helpen. Onze studenten staan klaar om daarbij te ondersteunen. We kunnen zelfs met u meedenken als u AI na de proefperiode structureel zou willen inzetten maar daarvoor geen personeel beschikbaar hebt.

Tot slot moeten we nog even terugkomen op onze stelling dat AI geen volledige vervanger van men-

selijke arbeid zal zijn. Voor scriptschrijvers, voice-overs en acteurs in Hollywoodstudio's heeft AI mogelijk verstrekkende gevolgen. De vrees dat generatieve AI deze beroepen overbodig gaat maken, is wellicht terecht. Scripts, stemmen en avatars worden in de toekomst allemaal door de computer gegenereerd. Ook voor het mkb zullen taken worden geautomatiseerd en ontstaan mooie nieuwe kansen. Maar gelukkig zullen uw energie en ondernemerschap nooit door AI kunnen worden vervangen!

Neem bij vragen gerust contact met ons op: [samendigitaal@hu.nl](mailto:samendigitaal@hu.nl).

Anita Bosman, directeur Institute for ICT Hogeschool Utrecht

Mark Scholten, programmamanager Samen Digitaal Hogeschool Utrecht



HERMAN ZONDAG, ONDERNEMENDE DIRECTEUR VAN HET AFAS THEATER:

# “DIRECT CONTACT IS GOUD WAARD”

Ondernemen en entertainen zijn nauw verweven bij AFAS. Het theater van het Leusdense softwarebedrijf biedt daarvoor een podium bij uitstek. De impact als marketinginstrument is ongekend, weet Herman Zondag. “In het theater kijk je relaties en potentiële klanten in de ogen.”

Herman Zondag is al 37 jaar aan AFAS verbonden. Hij werd ooit aangenomen door Piet Mars, een van de oprichters en nu lid van de raad van commissarissen. “Piet gaf me alle ruimte om mezelf te ontplooien. Aan uitdagingen geen gebrek; altijd met druk op de ketel, maar fouten maken mocht.” Zondag trad op zijn dertigste toe tot de directie en was vele jaren operationeel directeur.

## VERGELIJKBARE VOORZIENING

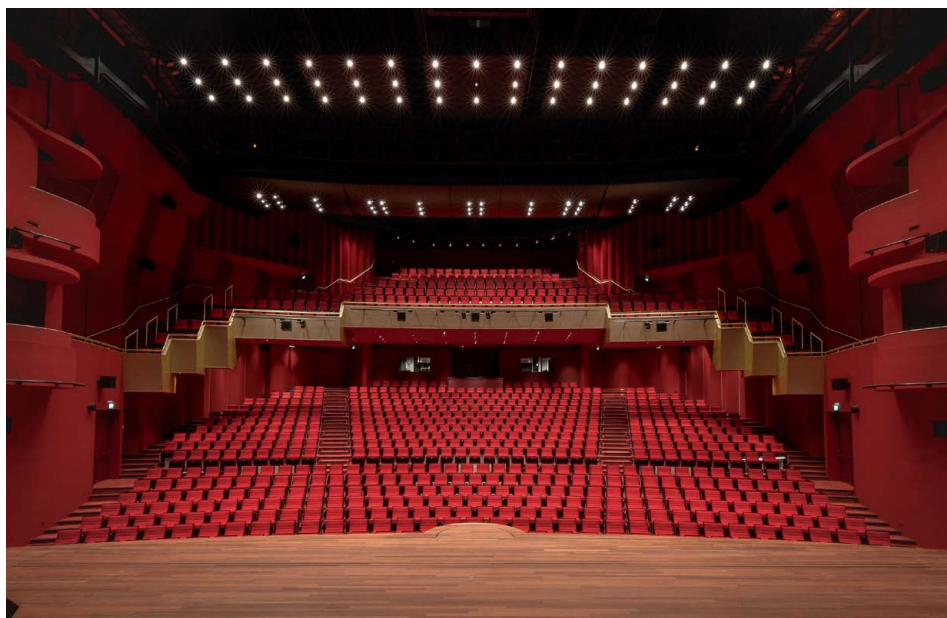
Dat een theater prominent onderdeel zou zijn van de nieuwe AFAS Campus in Leusden stond vast. In het vorige hoofdkantoor, schuin aan de overkant, was er al een vergelijkbare voorziening. “Die werd gebruikt om klanten te ontvangen, voor boekpresentaties en events,” zegt Zondag. “Toen ik de tekeningen van de nieuwbouw zag, wist ik direct: ik wil theaterdirecteur worden.” Waarvan akte.

## HANDEN GEBONDEN

Het AFAS Theater opende in 2021 de deuren, als prominent onderdeel van het nieuwe hoofdkantoor – of clubhuis zoals AFAS het noemt. “In de beginperiode waren mijn handen als theaterdirecteur vaak gebonden. Tijdens corona konden we korte periodes open maar moesten dan toch weer dicht. Evenementen waren hybride of volledig online, waaronder de viering van ons vijftienvigjarig bestaan op 1 april 2021. Ook de werving van personeel vond plaats tijdens corona. Al was het een leerzame periode, ik denk er liever niet teveel aan terug.” De officiële opening vond plaats in november 2021.

## VOOR VIJF JAAR VAST

Sindsdien is het AFAS Theater volop in bedrijf. “Zakelijke klanten weten ons in toenemende mate te vinden, vaak door mond-tot-mondreclame. En organisaties die hier te gast zijn geweest, komen terug. Een bedrijf heeft zijn evenement zelfs al



voor de komende vijf jaar vastgelegd.” Faciliteiten en entourage van het theater spreken aan. “Net als onze non-senseaanpak, met een totaalbedrag voor alle diensten zonder verrassingen achteraf. We vinden ons vak vooral ook erg leuk; klanten merken dat.”

## BAND VERSTERKEN

De grote theaterzaal biedt plaats aan 850 mensen. Daarnaast zijn er vijf kleinere zalen, een bioscoop, twee boardrooms en een tuinkamer. “Ook het atrium kunnen we inzetten bij evenementen,” zegt Zondag. “Die lopen uiteen van seminars en congressen tot productintroducties en beurzen. Gasten maken gebruik van de eigen parkeergarage en in het restaurant kunnen we tot 750 couverts bedienen.” AFAS host in het theater ook eigen evenementen voor partners en klanten. “Het

is fantastisch dat we deze bedrijven en hun medewerkers in eigen huis kunnen ontvangen. Het versterkt onze band.”

## VERHALEN VERTELLEN

Bij evenementen draait het om details. “Rolbanners zorgen vaak voor een rommelige uitstraling. In plaats daarvan gebruiken we digitale schermen, voorzien van een accu dus eenvoudig verplaatsbaar. Het ziet er beter uit én klanten kunnen hun boodschap beter uitdragen. Ander detail: we zijn geen voorstander van goodiebags. Veel van de inhoud wordt thuis ongezien weggegooid; uit oogpunt van duurzaamheid niet meer van deze tijd. Goede content is veel belangrijker. Vertel verhalen die beklijven. Met ondersteuning van onze av-middelen is het theater daarvoor de plek bij uitstek.”



**RUIJ 3 MILJOEN LOONSTROOKJES**  
AFAS Software telt ruim 600 medewerkers. Het familiebedrijf ontwikkelt zakelijke software voor ERP, HRM en Payroll. Via 12.500 klanten krijgen 3,2 miljoen Nederlanders hun loonstrook via AFAS. Het nieuwe hoofdkantoor is een van de duurzaamste kantoorgebouwen van het land.

### IN EEN KATHEDRAAL

Het AFAS Theater is primair ontwikkeld met het oog op zakelijke evenementen. "Maar het is zeker onze ambitie de faciliteiten ook in avonden en weekenden maximaal te benutten." Daar slagen

Zondag en zijn team in toenemende mate in. "Er vinden bijvoorbeeld veel klassieke concerten plaats die regelmatig tot de laatste stoel uitverkocht zijn. Met het akoestische systeem waan je je echt in een kathedraal; ook musici zijn onder de indruk. Via een groot scherm achter het podium kunnen bezoekers hun verrichtingen van nabij volgen."

### CRUIJFF KOMT TOT LEVEN

Tienduizenden maakten voor het eerst kennis met het AFAS Theater door 14, de voorstelling over Johan Crujff. "De kritieken zijn terecht lovend; Nederlands bekendste voetballer komt echt tot leven," weet Zondag. "Tot nu toe brachten we al 330 voorstellingen van 14 op de planken.

Op 29 september start het derde seizoen." AFAS stelde regelmatig kaarten beschikbaar voor medewerkers van klanten in de zorg, het onderwijs en bij goede doelen. "Bezoekers hadden een prachtige avond, waren steevast onder de indruk van het theater en de sfeer. Dat straalt ook af op ons bedrijf."

### KANSRIJKE VERBINDINGEN

In het nieuwe theaterseizoen concentreert de producent van 14 zich op het artistieke gedeelte. AFAS is verantwoordelijk voor volle zalen. "Daarbij zoeken we naar kansrijke verbindingen, bijvoorbeeld met de supportersvereniging van Ajax en de Johan Crujff ArenA. Ook samenwerking met partijen als ANWB en De Telegraaf geven de kaartverkoop een impuls. Ondernemen en entertainen gaan zo hand in hand."

### COMMERCIEEL HAAKJE

Die combinatie is bij AFAS een tweede natuur. "Tijdens evenementen word ik regelmatig gevraagd om op het podium iets te vertellen over dit theater. Natuurlijk maak ik dan een commercieel haakje naar het softwarebedrijf," lacht de theaterdirecteur. "Mensen vinden het prima. Het is een mooi voorbeeld van de verbinding tussen ondernemen en entertainen. In het theater kijk je relaties en potentiële klanten in de ogen. Dat directe contact is goud waard."



Herman Zondag: "Toen ik de tekeningen van de nieuwbouw zag, wist ik direct: ik wil theaterdirecteur worden."

### LANGE SPONSORRELATIES

Sponsoring is voor AFAS een belangrijk middel om naamsbekendheid te vergroten en te laden. Vaak gaat het om lange relaties. Het hoofdsponsorschap van AZ duurde zelfs twaalf jaar; AFAS is nog altijd naamgever van het stadion.

Naast de link met sport is er een nadrukkelijke verbinding met cultuur. Zowel het Scheveningse AFAS Circustheater als AFAS Live verwijzen naar het softwarebedrijf.

"Waar ons product een puur zakelijke toepassing is, zijn de sponsorships juist gericht op emotie: sport, theater en muziek," stelt Herman Zondag. Er wordt vaak gedacht dat sponsoring automatisch effect heeft.

"Niets is minder waar. Je moet veel tijd en energie steken in het activeren ervan. Maar slaag je daarin dan kan de impact van sponsoring enorm zijn."



IDEALE SETTING VOOR ZO!-ZOMERBORREL

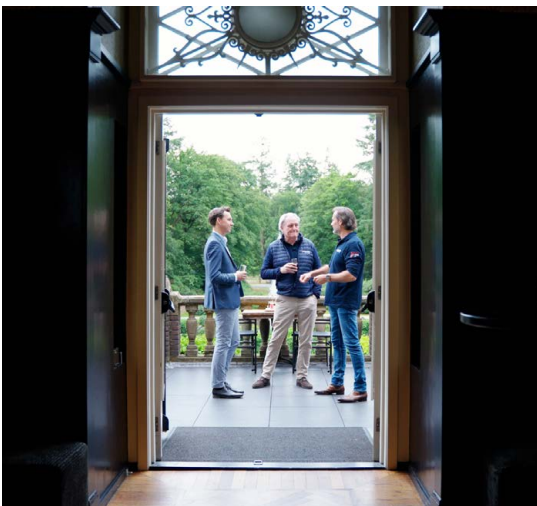
# SHAREFUNDING IN DE PRAKTIJK

Fotografie: Goldfizzh

De Zomerborrel van ZO! kon zich geen betere gastheer wensen. Kasteel De Hooge Vuursche is immers dé zomerlocatie bij uitstek, zoals blijkt uit bijgaande sfeerimpressie. Hoofdrol was op 3 juli weggelegd voor innovatieve, kansrijke start-ups en scale-ups die mede via Eyevestor gefund worden. Via presentaties gaven zij inzicht in drijfveren, onderscheidende kenmerken en groeiambities. Sharefundingplatform Eyevestor telt zo'n 25.000 actieve gebruikers die samen al voor meer dan 40 miljoen euro bijdroegen aan groeiende bedrijven.







De Zomerborrel van ZO! werd mede mogelijk gemaakt door:







van  
munster  
media  
factory

Wijluisteren.  
Wijadviseren.  
Wijdesignen.  
Wijadverteren.  
Wijprogrammeren.  
Wij schrijven.

> Wij  
zijn  
factory.

## > Fabriek met maatwerk

Met uw boodschap als grondstof bouwt Van Munster Media Factory een eindproduct. Gespecialiseerd in het creëren en beheren van media, in de breedste zin van het woord. Van het bouwen van websites tot logo-ontwerp, tekst, fotografie, video, social media en marketing. Alles onder één dak. Efficiënt, snel, nauwkeurig: alle voordelen van een fabriek. Met één verschil: bij ons rolt maatwerk van de band.

> Ontdek  
alle mogelijkheden

[www.vanmunstermedia.nl](http://www.vanmunstermedia.nl) | [info@vanmunstermedia.nl](mailto:info@vanmunstermedia.nl)



van  
munster  
media  
factory





Na het afronden van een studie Bedrijfskunde aan de Erasmus Universiteit begon Robert Havekotte in 1992 bij Van Luin Assurantiën. Na vier jaar werd hij managing partner. Inmiddels helpt Havekotte vele Nederlandse én buitenlandse bedrijven bij hun risicomangement en adviseert over verzekeringen en andere oplossingen. Binnen Nederland maar ook (ver) daarbuiten, met hulp van de internationale partners in het UNIBA-netwerk. Omdat hij te veel bedrijven tegenkomt die in het buitenland ondernemen maar zaken niet goed regelen, startte Havekotte [www.internationaalverzekeren.nl](http://www.internationaalverzekeren.nl). Als het op verzekeren aankomt, kan Van Luin Assurantiën helpen. Maar als anderen hun kennis gebruiken, is dat geen probleem. Zo helpt Van Luin bedrijven hun succes te verzekeren in het buitenland.

Robert Havekotte  
[robert@internationaalverzekeren.nl](mailto:robert@internationaalverzekeren.nl)  
 06-29052077

## INTERNATIONAAL ONDERNEMEN VRAAGT OM INTERNATIONAAL VERZEKEREN

# VERZEKER UW SUCCES IN HET BUITENLAND

U gaat ondernemen in het buitenland of doet dat al. Van veel kanten ontvangt u ondersteuning. Voor personeel, bankrekeningen, visa en vergunningen zijn er partijen die kunnen helpen. Wij zien dat één onderwerp ontbreekt, namelijk internationaal verzekeren. Met alle mogelijke problemen tot gevolg.

Daarom is er [www.internationaalverzekeren.nl](http://www.internationaalverzekeren.nl). Een platform dat ondernemers informatie biedt over internationaal verzekeren en daarmee voorkomt dat ze de mist in gaan. Ik vertel u daar in deze en vier volgende columns graag over.

### VOORBEELD 1: BELASTING BETALEN IN DE VS

Bedrijf heeft dochter in de VS en verzekert dit bedrijf op een aansprakelijkheidsverzekering in Nederland. Dat is toegestaan. Bedrijf hoeft in Nederland geen assurantiebelasting te betalen over VS-omzet, maar is wel verplicht in de VS aangifte te doen en "Non-Admitted Tax" te betalen. Bedrijf wist dit niet. Wij organiseerden dit via onze VS-partner. Voordelen? Geen (onbedoelde) belastingontduiking in de VS. En in plaats van de 21% in Nederland betaalt het bedrijf in de VS tussen de 2% en 4% IPT (Insurance Premium Tax). Dus beter geregeld en minder betaald.

45

### COMPLEXITEIT EENVOUDIG UITLEGGEN

Wij zien internationaal verzekeren bijna als een hobby. We vinden het leuk, praten er graag over en kunnen de complexiteit goed en eenvoudig uitleggen. Adviseren over internationaal verzekeren is een vak. Wij delen onze kennis met als doel, ondernemers beter voorbereid naar het buitenland te laten gaan. Op [www.internationaalverzekeren.nl](http://www.internationaalverzekeren.nl) staan onder meer whitepapers, blogs en artikelen. De site is een onafhankelijke bron van informatie. Een plek waar internationale ondernemers naar toe kunnen om hun succes in het buitenland te verzekeren. Als initiatiefnemer willen we dat het bewustzijn van en de kennis over internationaal verzekeren in Nederland toeneemt. Dat is onze ambitie en daar investeren we graag in.

### VOORBEELD 2: BEDRIJF HEEFT EEN WAREHOUSE IN SPANJE

Dat mogen en kunnen we vanuit Nederland verzekeren (want binnen de EU). Dekking in Spanje op een Nederlandse polis met Nederlandse voorwaarden.

Toch is het beter een lokale polis af te geven voor de dekking in Spanje, omdat de dekking dan op basis van de Spaanse voorwaarden wordt verleend. Groot voordeel is dat in Spanje overstroming via het Consortio is meeverzekerd, dus betere dekking voor de klant. En bij schade in Spanje wordt de schade afgewikkeld door onze Spaanse partner met de lokale Spaanse verzekeraar.





RUIM ZEVENTIG MICHELIN-STERREN BIJ CHEFS AT THE PARC

## “DE KLEINSTE DETAILS ZIJN CRUCIAAL”

Op Culinair Landgoed Parc Broekhuizen in Leersum vond medio mei de tweede editie plaats van het Internationale Gourmet Festival 'Chefs at the Parc'. Op uitnodiging van Boerma deelden ruim dertig nationaal en internationaal bekroonde chefs - samen goed voor 72 Michelin-sterren - drie dagen hun kookkunsten met de honderden gasten van dit unieke evenement.



**GROTE NAMEN**

Het evenement is een initiatief van voormalig driesterrenchef Jacob-Jan Boerma, sinds 2017 als Consulting Chef betrokken bij Parc Broekhuizen en restaurant Voltaire (1 ster). Brands Love People was verantwoordelijk voor de organisatie van Chefs at the Parc, van marketingstrategie tot logistieke afstemming met de chefs, sponsoring, styling en entertainment. Boerma vertelt dat Parc Broekhuizen zelf en zijn eigen ervaringen als chef-kok de grote inspiratiebronnen waren voor Chefs at the Parc. "Ik heb bij veel internationale culinaire events mogen koken. Dit waren

altijd fantastische en leerzame ervaringen om met andere culturen, andere gasten en met name andere collega's te werken. Je wisselt dan zoveel ideeën uit en doet inspiratie op. Deze ervaringen nam ik mee terug naar Parc Broekhuizen; een unieke Nederlandse locatie die perfect geschikt is voor een groot culinair event, omdat we op het landgoed beschikken over Restaurant Voltaire met een grote keuken; Bistro LOF met een mooie open keuken, het Koetshuis met een keuken waarbij we op een grote LED-wall alle handelingen in de keuken kunnen laten zien, maar ook de moestuin en alle

terrassen geven zoveel ruimte voor een gevarieerd en mooi programma. Met 'Chefs at the Parc' kon ik heel snel al grote internationale 1-, 2- en dit jaar bijzonder veel 3-sterrenchefs enthousiasmeren om te komen."

**TALENT**

Met het organiseren van het festival hoopt Boerma iets terug te doen voor de internationale chefs die hem steeds uitgenodigd hebben. "Het was fantastisch om ze hier aan het werk te zien. Maar het is ook indrukwekkend om te horen hoe alle chefs genoten hebben van de locatie







en van elkaar. Zoveel talent en ervaring bij elkaar is om kippenvel van te krijgen en je voelt direct de verbondenheid en het vakmanschap. Natuurlijk ben ik ook erg trots op het feit dat de lunch en alle diners helemaal vol zaten en dat we van de gasten zoveel complimenten gekregen hebben. Zij hebben de bijzondere onderlinge sfeer gevoeld en geproefd in unieke settings. Echt zo mooi. Ten slotte wilde ik heel graag twee andere dingen bereiken: jong talent een podium geven en het vak promoten. Dat is hopelijk gelukt. En ik vind het heel belangrijk om Nederland culinair op de kaart te zetten. Dit probeer ik op diverse manieren te doen en daar was dit een uitgelezen gelegenheid voor. Kortom, veel doelstellingen maar we hebben samen ontzettend veel bereikt!”

### CONCEPTEN

De trends die tijdens Chefs at the Parc te zien waren, zullen ook bij andere restaurants opduiken, daarvan is Boerma overtuigd. “Met name het feit dat zulke sterke concepten zo succesvol zijn, was heel duidelijk zichtbaar. Elke chef kiest bewust zijn eigen weg met producten, met topkwaliteit, met combinaties van ingrediënten, met zeer veel gevoel voor maatschappelijke dilemma’s zoals milieu, personeel en de veranderde wensen van gasten. Maar ook de creativiteit wordt zeer gezocht door gasten en beloond.”

### MARKETING

Sijpelen deze trends uiteindelijk ook door in de hotelrestaurants? Volgens Boerma zijn het allang geen onderschoven kindjes

meer. “Eigenlijk zie je hoe 1+1 samen veel meer dan 2 wordt bij een goed restaurant in een hotel. Ze versterken elkaar. Je kunt hiermee in de beste hotelgidsen en netwerken je verhaal vertellen maar ook in de restaurantnetwerken: kortom, dubbele marketing.”

Anita Bos, general manager van Parc Broekhuizen, kan dit beamen. Volgens haar stelt de zakelijke gast steeds meer eisen aan een restaurant of catering. “Ook voor deze gast moet je onderscheidend durven zijn, steeds weer nieuwe dingen toevoegen, blijven inspelen op al trends en zelfs af en toe vooruit proberen te lopen. Als je dit dan ook nog goed weet te communiceren en doet wat je belooft, dan kom je heel ver. De kleinste details



**FLINKE KLUS**

Volgens Anita Bos, general manager van Parc Broekhuizen, was de organisatie van het evenement een flinke klus. “De hele organisatie van alle chefs, in totaal meer dan tachtig, met hun transporten, recepturen, de samenstelling van de menu’s en wijncombinaties, de ingrediënten (vaak ook meegebracht), de juiste borden: er kwam ontzettend veel bij kijken. Het was voor het hele team een ervaring om nooit te vergeten. Niet alleen voor alle leerlingen, stagiaires en mensen in de keuken, maar in alle afdelingen van service en sales tot marketing, de tuinmannen en de collega’s in de moestuin. We hebben zo’n mooi vak; dat stond volledig centraal tijdens deze dagen en probeerden we optimaal te promoten. Het bijzondere is dat iedereen hielp, meedacht en samenwerkte. Heel gaaf!”

zijn cruciaal. De druk is vaak enorm groot tijdens een event, er hangt voor de zakelijke boeker steeds meer vanaf waar hij/zij een product presenteert, een vernieuwend idee wil laten zien of een lastige board meeting moet beleggen. Als locatie wil je van elke aanvraag iets unieks maken en wil je altijd alles een stap voor zijn. Je voorbereidingen zijn cruciaal, waardoor je voor de gast rust creëert.”

**UNIEKE BELEVENISSEN**

Maatwerk blijkt daarbij het toverwoord. “Het gaat om het neerzetten van unieke belevenissen”, zegt Boerma. “Die worden verwacht of zelfs geëist. Als je dat aankunt, dat leuk vindt en je daarin kunt onderscheiden, dan kom je vandaag de dag heel ver. Bijzondere locaties zoals Parc Broekhuizen, zijn hierdoor zeer in trek. Ze worden door een steeds weer op maat gemaakte verpakking nog mooier en unieker gemaakt. Zeker als je daar met de keuken ook nog waarde aan toe kunt voegen en creatief in kunt zijn. Als je dan ook nog eens in kunt spelen op vega, vegan en unieke lokale producten kunt bieden, dan willen gasten daar ook echt geld voor neerleggen.”







Zorg &amp; ICT, het grootste healthtechevent van Nederland (foto Michiel Ton).

# UTRECHTS HART KLOPT VOOR GEZONDHEID TIJDENS DUTCH HEALTH WEEK

Een week barstensvol activiteiten over gezondheid en zorg; dat is Dutch Health Week. Zo'n vijftienduizend bezoekers kwamen in juni 2023 af op publieksevenementen, congressen, masterclasses en beurzen. Professionals deelden kennis bij Koninklijke Jaarbeurs, in TivoliVredenburg en de Rijtuigenloods in Amersfoort. Utrechters namen deel aan sportieve evenementen in de Botanische Tuinen en bij Stadion Galgenwaard.

“Doel van Dutch Health Week is om gezondheid en zorg te verbeteren,” aldus Ruud Koolen, director van organisator Dutch Health Hub. “Samen met partners als ROM Utrecht Region, Sportcampus Traiectum en het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie gaan we diep in op actuele vraagstukken om de zorg sterker te maken.”

## VOORSORTEREN OP REGIOPositionERING

“We verzamelen alle kennis in één week op één plek: Utrecht,” vervolgt Koolen. “Dat is de kracht voor zowel bezoekers, exposanten als organisatoren. We zijn blij dat we tijdens Dutch Health Week de handen ineen slaan met meer dan twintig partners. Zo kunnen we voor toekomstige generaties kwalitatief hoogstaande, toegankelijke en betaalbare zorg overeind houden. Met Dutch Health Week sorteren we al sinds 2021 voor op de regiopositionering Utrecht, Heart of Health.”

## NIEUWE TECHNOLOGIE IN DE SPOTLIGHTS

Eén van de evenementen tijdens Dutch Health Week was Zorg & ICT. Dit grootste healthtechevent van Nederland stond volledig in het teken van nieuwe technologieën voor de zorg. Topsprekers als UMCU-bestuurder Margriet Schneider, Diederik Gommers en Marcel Levi inspireerden de bezoekers. Het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie sloot aan met een tweedaags symposium. Verder waren er tijdens Dutch Health Week congressen over onder meer tandartsenzorg, zelfstandige klinieken en palliatieve zorg.

## IN 2024 NOG GROTER

De volgende editie vindt plaats van 8 tot 14 april 2024. “Dutch Health Week 2024 wordt sowieso veel groter, met twee extra beurzen Zorg & Facility en Zorg & Food,” zegt Koolen. “We nodigen partners in stad en regio van harte uit om zich aan te sluiten.”

**Meer weten? Mail [ruud.koolen@jaarbeurs.nl](mailto:ruud.koolen@jaarbeurs.nl) of bel 06 55 00 07 51.**



Zo'n vijftienduizend bezoekers kwamen af op publieksevenementen, congressen, masterclasses en beurzen.



# ZO!

Zakelijk Ontmoeten  
UTRECHT BUSINESS

K \* A \* R \* E \* L \* V

Grand Hotel Karel V

VOL=VOL

23 OKTOBER GRAND HOTEL KAREL V – INLOOP VANAF 14.45 UUR

# HERFSTBORREL

## Online Marketing

In Grand Hotel Karel V deelt Jelte van Echtelt kennis, tips en tricks over online marketing. Van Echtelt deed ruime ervaring op bij grote Nederlandse uitgevers als Persgroep en Sanoma|SBS. Ook won hij de Carl Lipp-prijs als mediavertegenwoordiger van het jaar. Met zijn online marketingbureau LAAIEND werkt Van Echtelt voor klanten als ANWB, Bakker Bart en Amigos.

Locatie voor de ZO!-Herfstborrel is Grand Hotel Karel V, Geertebolwerk 1 in Utrecht. Achter de imposante gevel bevindt zich een groene oase van 10.000 m<sup>2</sup>. Gasten treffen er een vijfsterrenhotel, het met een Michelinster bekroonde Restaurant Karel 5, Bistro Karel 5, Bar & Lounge plus sfeervolle zalen voor meetings en events. General manager Leo Holman vertelt tijdens de Herfstborrel meer over deze unieke plek in het hart van Utrecht.

Inloop vanaf 14.45 uur, start programma om 15.00 uur. Aansluitend netwerken met hapjes en drankjes. Einde bijeenkomst om 17.30 uur.

**Meer informatie en aanmelden op [www.utrechtbusiness.nl/herfstborrel](http://www.utrechtbusiness.nl/herfstborrel)**



**Maximaal 100 deelnemers. ZO!-leden hebben voorrang bij de aanmelding.**

DE HERFSTBORREL WORDT MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR:







# MARKETING AGENCY IN UTRECHT

Bij ons betaal je op basis van **resultaat**.  
Zo vlammen we samen!



## GAAN WE SAMEN VLAMMEN?

Keizerstraat 31, 3512 EA Utrecht    T: 030-22 323 23    E: [info@laaiend.nl](mailto:info@laaiend.nl)    [www.laaiend.nl](http://www.laaiend.nl)

» LAAIEND