

UTRECHT

www.utrechtbusiness.nl | Jaargang 37 | nummer 4 | december 2023

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE REGIO UTRECHT

A portrait of Riens Schuddebeurs, a middle-aged man with short grey hair, smiling. He is wearing a dark blue blazer over a light blue patterned button-down shirt. The background is a blurred outdoor setting with trees and a path.

**RIENTS SCHUDDEBEURS, DIRECTEUR RABOBANK UTRECHT EN OMSTREKEN:
"HET UTRECHTSE VERHAAL KLOPT"**

JAN SNEL BREIDT UIT IN BUNNIK

**DOEKLE TERPSTRA (TECHNIEK NEDERLAND):
RUIM BAAN VOOR DE MAKERS VAN MORGEN**

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



OVER U MAAR ZONDER U

Het FD deed onderzoek naar de achtergrond van kandidaten op de lijst voor de Tweede Kamerverkiezingen. Daarbij werden antecedenten van 290 personen bekeken die een gereede kans maken op het Kamerlidmaatschap.

44% heeft ervaring in Den Haag, als kabinets- of Kamerlid dan wel in een ondersteunende functie. Ruim een kwart is ambtenaar, werkt in het onderwijs of de zorg. Slechts 20% is werkzaam in het bedrijfsleven, waaronder hoogstwaarschijnlijk amper ondernemers.

Daat zij terughoudend zijn, spreekt voor zich. Los van het tijdsaspect – wie runt het bedrijf tijdens een Kamerlidmaatschap? – hebben ondernemers veel te verliezen. Door politiek kleur te bekennen, vallen andere partijen af. Dat kan klanten kosten. En als sociale media de pijlen op een ondernemend Kamerlid richten, loopt diens bedrijf in no time grote schade op.

Als het gaat om bedrijfsbelangen zal dus ook in de nieuwe Tweede Kamer vooral sprake zijn van 'over u en zonder u'. Deze arrogante quote is van Melchior de Polignac, vertegenwoordiger van Frankrijk tijdens de Vrede van Utrecht (1713). Hij verwees ermee naar de marginale rol van zijn gastheren aan de internationale onderhandelingstafel.

De verkiezingsretoriek stemt ondernemers niet hoopvol. Voor een aantal partijen lijkt vooral de metafoer pinautomaat aan de orde. Of de soep zo heet gegeten wordt, hangt af van de coalitie. Disclaimer: waar ondernemers vroeger vooral VVD stemden, heeft die partij hun vertrouwen beschaamd. Uit onderzoek van VNO-NCW en MKB-Nederland voorafgaand aan de verkiezingen blijkt dat nu slechts 30 procent van de ondernemers VVD zou stemmen. Eerder was dat het dubbele.

Na alle beloften en voornemens wordt straks echt beleid gemaakt. Of het nu gaat om de energietransitie, digitalisering of verduurzaming: bedrijven spelen een sleutelrol. Als belastingbetalers brengen zij een aanzienlijk deel van de noodzakelijke middelen op, uitvoerend zijn ze onmisbaar.

Oplossingen voor de maatschappij van morgen vragen om enorme investeringen. De hoge rente, arbeidskosten en grondstofprijzen tasten het daarvoor noodzakelijke verdienvermogen aan. Komt daar straks een forse lastenverzwaring bij dan dreigen investeringen stil te vallen. En spant een nieuw kabinet het paard achter de wagen. Zonder gezond bedrijfsleven loopt elke transitie vast.

Hans Hajée



16



20

- 6** Riets Schuddebeurs: “Het Utrechtse verhaal klopt”
- 13** Column: Van kennis naar kassa
- 16** Jan Snel breidt uit in Bunnik
- 20** Techniek Nederland schaakt op veel borden
- 22** Brands Love People en OFM. creëren meerwaarde met maatwerk
- 24** Goldfizz digital by nature
- 27** Raymond de Vries over startersprijs Biltse Ondernemer van het Jaar
- 29** Zakelijk toerisme als multiplier voor Utrechtse economie
- 33** Column: Werken met zelfstandigen
- 35** Leven lang ontwikkelen in DNA van de organisatie
- 36** Bruggen bouwen op Tech Day provincie Utrecht
- 39** Same Coaching
- 40** Obstacle Run brengt collega's dichterbij elkaar
- 43** Internationaal ondernemen vraagt om internationaal verzekeren
- 44** Herfstborrel ZO! koppelt verleden en toekomst
- 46** Energietransitie in Regio Foodvalley: flexibeler, slimmer en lokaler



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 37
November 2023, editie 4

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 en Rein de Ruiter

VORMGEVING
Ton van Zoest, Jan-Willem Bouwman,
Joost Franken

COVERFOTO
Marcel Krijgsman

DRUK
Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media BV

Advertentietarieven op aanvraag

PROJECTLEIDING
Bas van der Heijden T: 06 50 660 555
bas@vanmunstermedia.nl

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

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

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

www.utrechtbusiness.nl



RIENTS SCHUDDEBEURS, DIRECTEUR RABOBANK UTRECHT EN OMSTREKEN:

“HET UTRECHTSE VERHAAL KLOPT”

Als directeur van Rabobank Utrecht en omstreken voelt Rients Schuddebeurs zich als een vis in het water. “Stad en regio zijn open. Wil je een bijdrage leveren dan wordt dat gewaardeerd en ben je welkom.” Bij het contact met klanten is er een scherp oog voor de balans tussen digitale ontzorging en de menselijke maat. “Als het nodig is, zijn we persoonlijk beschikbaar.”

Rients Schuddebeurs startte als trainee bij Rabobank. De daaropvolgende 36 jaar maakt hij een reis door de organisatie van de coöperatieve bank; in adviesrollen bij Rabobank Nederland, als interimmanager en directeur van lokale banken in de Betuwe, Hardenberg, Schagen en Heerenveen. Begin 2019 trad Schuddebeurs aan als directeur van Rabobank Utrecht en omstreken met als werkgebied ook Nieuwegein, De Meern, Vleuten en Harmelen.

WELKOM

“Gelukkig had ik al veel fysieke ontmoetingen achter de rug toen na COVID het contact noodgedwongen veelal online verliep. In sommige regio's zijn mensen terughoudend; het kost tijd voor een nieuwkomer geaccepteerd wordt. Daar is in Utrecht geen sprake van. Stad en regio zijn open. Wil je een bijdrage leveren dan wordt dat gewaardeerd en ben je welkom.”

SPIL VAN NEDERLAND

Als belangrijk kenmerk van zijn werkgebied noemt Schuddebeurs de functie als nationaal knooppunt. “Utrecht is dé draaischijf voor transport en logistiek. Dat zorgt voor veel dynamiek. Ook voor het openbaar vervoer zijn we de spil van Nederland. Daarbij valt de metamorfose van het stationsgebied op. De gemeente houdt consequent vast aan de stedenbouwkundige visie. Dat resulteert in een gebied met een enorme aantrekkingskracht.” Datzelfde geldt voor het Utrecht Science Park, als internationaal kenniscentrum met wetenschap en R&D van topniveau. “De concentratie van onderwijs, gezondheidszorg en bedrijvigheid is de grootste in zijn soort in Nederland. Het gemiddeld hoge opleidingsniveau van de regio vindt deels hier zijn grondslag.”

VIBE EN FACILITEITEN

Voor Utrechtse start- en scale-ups biedt Dotslash een aantrekkelijk ecosysteem. Schuddebeurs bekrachtigde begin 2023 het hernieuwde partnership van Rabobank met deze hub waar innovatie

centraal staat. “In Dotslash gevestigde bedrijven zijn veelal actief op het snijvlak van gezondheid, duurzaamheid en ICT. De faciliteiten en de vibe van Dotslash brengt huurders echt verder. De gestage uitbreiding onderstreept de behoefte waarin de campus aan de Europalaan voorziet.”

REALISTISCHE RENTE

Hoe staan ondernemers in het werkgebied van Rabobank Utrecht ervoor, na en in deze roerige tijden? “Het klantenbestand vormt een afspiegeling van de economie. Daarom zien we uiteenlopende ontwikkelingen. Waar het ene bedrijf worstelt met de naweeën van COVID groeit het andere juist volop.”

De gevolgen van de fors gestegen rente zijn een universeel gegeven. “Toen ik begon bij de bank was die rente maar liefst 12%,” herinnert Schuddebeurs zich. “Dat was uitzonderlijk, net als de extreem lage percentages van de afgelopen periode. Kijk je naar het langjarig gemiddelde dan is 5, 6% een realistisch percentage. De stijging valt nu vooral op omdat we vanaf een heel laag niveau komen.” Uiteraard heeft de hogere rente impact. “De financieringslasten stijgen en dat kan gevolgen hebben voor de investeringsbereidheid. Sommige klanten wachten af.”

FINANCIERINGSWOUD

Waar ondernemers vroeger hoofdzakelijk bancair financierden, is het aantal mogelijkheden nu veel groter: alternatieve kredietverstrekkers als Qredits en Bridgefund, private investeerders, crowdfunding, subsidies en fondsen. In opdracht van het ministerie van Economische Zaken is recent onderzoek gedaan naar financiering in het mkb. Het blijkt dat vooral kleinere bedrijven door de bomen het bos niet meer zien en afhaken, meer dan in andere landen het geval is. “Het geschetste beeld herken ik grotendeels,” zegt Schuddebeurs. “Zeker het kleinere mkb maakt bij reguliere bankzaken uitsluitend gebruik van digitale kanalen. Een grote financieringsaanvraag is zeker geen dagelijkse kost. Vaak hebben bedrijven moeite om hun weg te vinden.”



SLAGKRACHT DOOR SAMENWERKING

Rients Schuddebeurs is voorzitter van het team directeurs van de acht Rabobanken in de regio. "Samen bestrijken we een groot gebied: van Harderwijk tot Woerden en van Lunteren tot Blaricum. Deze combinatie zorgt voor een enorme slagkracht. Ook kunnen we medewerkers effectiever inzetten op hun specialisme."

OPTIES SCHERP KRIJGEN

Welke rol speelt de bank daarbij? "In gesprekken met klanten komt een financieringsvraag altijd in breder perspectief aan de orde. Is naast ons aandeel aanvullende financiering nodig, bijvoorbeeld bij groeiambities of new business, dan scannen we samen met de ondernemer de opties. Dat helpt om het plaatje scherp te krijgen. Het is vervolgens aan het bedrijf om daarmee aan de slag te gaan en de bijhorende loketten op te zoeken."

MOMENTUM GEBRUIKEN

Als directeur van een bank met sterke lokale wortels is Schuddebeurs volop actief in de regionale netwerken. "Ook daar bespeur ik de eerdergenoemde openheid. Utrecht is een stad van verbinding; stakeholders weten elkaar goed te vinden, ook vanuit gemeente en provincie. Ik heb te maken met gedreven bestuurders die ambitieus werken aan thema's als duurzaamheid en circulariteit."

Wel opereren overheden vanuit ondernemersperspectief nog altijd langzaam. "Bedrijven willen vaart maken bij de energietransitie. Als overheid moet je zo'n beweging op waarde schatten en het momentum gebruiken, door voluit te faciliteren en drempels weg te nemen. Dat gaat wat mij betreft te traag. Daarbij zorgen verkiezingen vaak voor een pas op de plaats."



HEART OF HEALTH

Schuddebeurs is voorzitter van de Raad van Toezicht van de Economic Board Utrecht (EBU). Topbestuurders uit bedrijfsleven, overheid en kennisinstellingen zijn hierin op persoonlijke titel vertegenwoordigd. "De EBU heeft een meer afgebakende opgave dan haar voorganger met dezelfde naam. Inmiddels hebben we de nieuwe rol duidelijk kunnen maken: de regio Utrecht (inter)nationaal op de kaart zetten met een herkenbaar, aansprekend profiel."

Daarbij is gekozen voor de term Heart of Health. "Het benadrukt de bijdrage die deze regio levert aan een gezondere wereld, in brede zin. Dit statement baseert zich op de grote concentratie kennis en bedrijvigheid op het gebied van gezondheid, duurzaamheid en digitalisering. Als je Heart of Health uitlegt, begrijpen mensen de claim van de regio. Het Utrechtse verhaal klopt."

VOORTREKKERSROL

Dat blijkt ook als regionale delegaties een bezoek brengen aan steden als San Francisco en Kopenhagen. "Met Heart of Health als kapstok worden daar waardevolle verbindingen gelegd." Schuddebeurs wijst op de voortrekkersrol van EBU-voorzitter Sharon Dijksma. "Niet alleen brengt zij intern de juiste partijen bij elkaar, als burgemeester van een grote stad gaan veel deuren voor haar open. Dat geeft ons de mogelijkheid Heart of Health ook internationaal voor het voetlicht te brengen. Daarnaast hebben we speciaal voor zorgorganisaties in de regio het Rabo Healthcare team. Zij denken mee over het verder versterken van de zorg en helpen om de financiële gezondheid van bedrijven te verbeteren."

COÖPERATIE ALS BUFFERENDE TEGENMACHT

Rabobank is wellicht de bekendste coöperatie van Nederland. Maar niet alleen daarom is Schuddebeurs warm pleitbezorger van deze ondernemingsvorm. "Een coöperatie streeft niet naar maximale winst. De activiteiten en het resultaat worden altijd getoetst aan het belang van alle leden. Een coöperatie zorgt voor een bufferende tegenmacht; er is meer oog voor de lange termijn. Daarbij is het wel zaak ervoor te waken dat dit niet remmend werkt op het ondernemerschap."



GANGMAKER VOOR INNOVATIES

Sinds ruim drie jaar beschikt Utrecht over een regionale ontwikkelingsmaatschappij. "ROM Utrecht Region helpt bedrijven met kennis en financiering. Ook ondersteunen zij bij internationale groeiambities. Het is een gangmaker voor innovaties die zich richten op de maatschappelijke transities. Met een stevige bezetting brengt de ROM zaken in beweging. We trekken regelmatig samen op, bijvoorbeeld als partner in Dotslash."

Ook bij financiering komen beide organisaties elkaar tegen. "Als na eigen vermogen en bancaire financiering meer nodig is, kan de ROM helpen om het plaatje compleet te maken."

AANTOONBARE PRESTATIES

Het woord transitie valt regelmatig in het gesprek met Schuddebeurs. "Daarbij worden voorlopers vooral door idealisme gedreven. Bij de energietransitie bevinden we ons nu in de fase van bewustwording; de noodzaak wordt breed onderkend. Uiteindelijk wordt duurzaam ondernemen vanzelfsprekend."

Om in die situatie te kunnen floreren, moeten bedrijven duurzaamheid zien als kans, niet als een bedreiging. "Proactief in plaats van reactief handelen dus. Ondernemers moeten zonder voorbe-



Rients Schuddebeurs: "Als het nodig is, zijn we persoonlijk beschikbaar."

houd de stap maken naar verduurzaming van hun proces, product of dienst. Een transitieplan geeft daarbij houvast, op weg naar de stip aan de horizon."

Er komen steeds meer stakeholders die aantoonbare duurzame prestaties eisen. "Kun je die niet leveren dan val je af als business partner. Dat moment is dichterbij dan menigeneen denkt. Je ziet de ontwikkeling al bij corporates; die sijpelt onvermijdelijk door naar het mkb. Ook de overheid stelt eisen aan haar leveranciers. Denk aan social return bij aanbestedingen."

ENERGY HUBS

Tussen doel en werkelijkheid staan praktische bezwaren. "Terwijl de vraag naar elektriciteit stijgt, neemt de beschikbaarheid juist af. Door de netcongestie krijgt lang niet elk bedrijf de gewenste energie bij een uitbreiding of nieuwe vestiging." Dit zorgt ervoor dat bedrijven de handen ineen slaan, bijvoorbeeld met zogenaamde Energy Hubs. "Met technologie en software stemmen ze verbruik en opslagmogelijkheden op elkaar af. Het gaat om nieuwe toepassingen waarbij de nodige hobbels genomen moeten worden. Maar deze samenwerking is de manier om ondanks netcongestie te kunnen blijven ondernemen."

"HET AFVAL VAN DE EEN IS DE GRONDSTOF VAN DE ANDER."

Ook slim ruimtegebruik kan helpen. "Deze regio telt tal van parkeerterreinen. Door die te voorzien van daken met zonnepanelen is het niet nodig weilanden vol te leggen."

KETENS SLUITEN

Van duurzaamheid is het een kleine stap naar circulariteit, een thema dat Schuddebeurs na aan het hart ligt. "Het is een containerbegrip met veel invalshoeken. Door ketens te sluiten, wordt afval vermeden en is minder nieuwe grondstof nodig."

De bouwsector is verantwoordelijk voor ongeveer de helft van alle materiaalstromen en energieverbruik. Ook een fors deel van de broeikasgasuitstoot wordt veroorzaakt door de bouw. "Digitalisering is een onmisbaar element voor circulair bouwen. Aangezien deze regio

veel bedrijven kent die zich met digitalisering bezighouden, is het bij uitstek een onderwerp dat kansen biedt. Dit besef was aanleiding voor DigiC, een innovatieprogramma dat met hulp van digitalisering de circulaire bouw wil versnellen. Denk aan het vastleggen van materialen, input voor fabrieksmatig bouwen en slimme bouwlogistiek." Rabobank is een van de oprichters, samen met ROM Utrecht Region,

Vialis, Daiwa House Modular Europe, Stamhuis, digiGO.nu, TNO Arcadis en provincie Utrecht.

CIRCULAIRE SUBSTANTIE

Circulariteit is complex, met tal van kruisverbanden. "Het is nu vooral zaak, inzicht en overzicht te creëren. Daarbij kan het helpen om zaken klein te maken. Innovators zijn belangrijk voor de bewustwording. Maar voor echte impact is opschaling nodig. Circulariteit moet substantie krijgen."

Naast DigiC zijn er meer netwerken waar circulariteit centraal staat. "Aanvullend zie ik meerwaarde in de vorming van een kopgroep uit verschillende sectoren, als start van een grotere beweging," stelt Schuddebeurs. "Naast intrinsieke motivatie moet er daarbij ook een zakelijke drijfveer zijn. Door zo'n groep bedrijven te verbinden, ontstaan tal van kansen. Zo is het afval van de een de grondstof van de ander. Ze weten het alleen nog niet van elkaar."

DUURZAAM BESTAANSRECHT

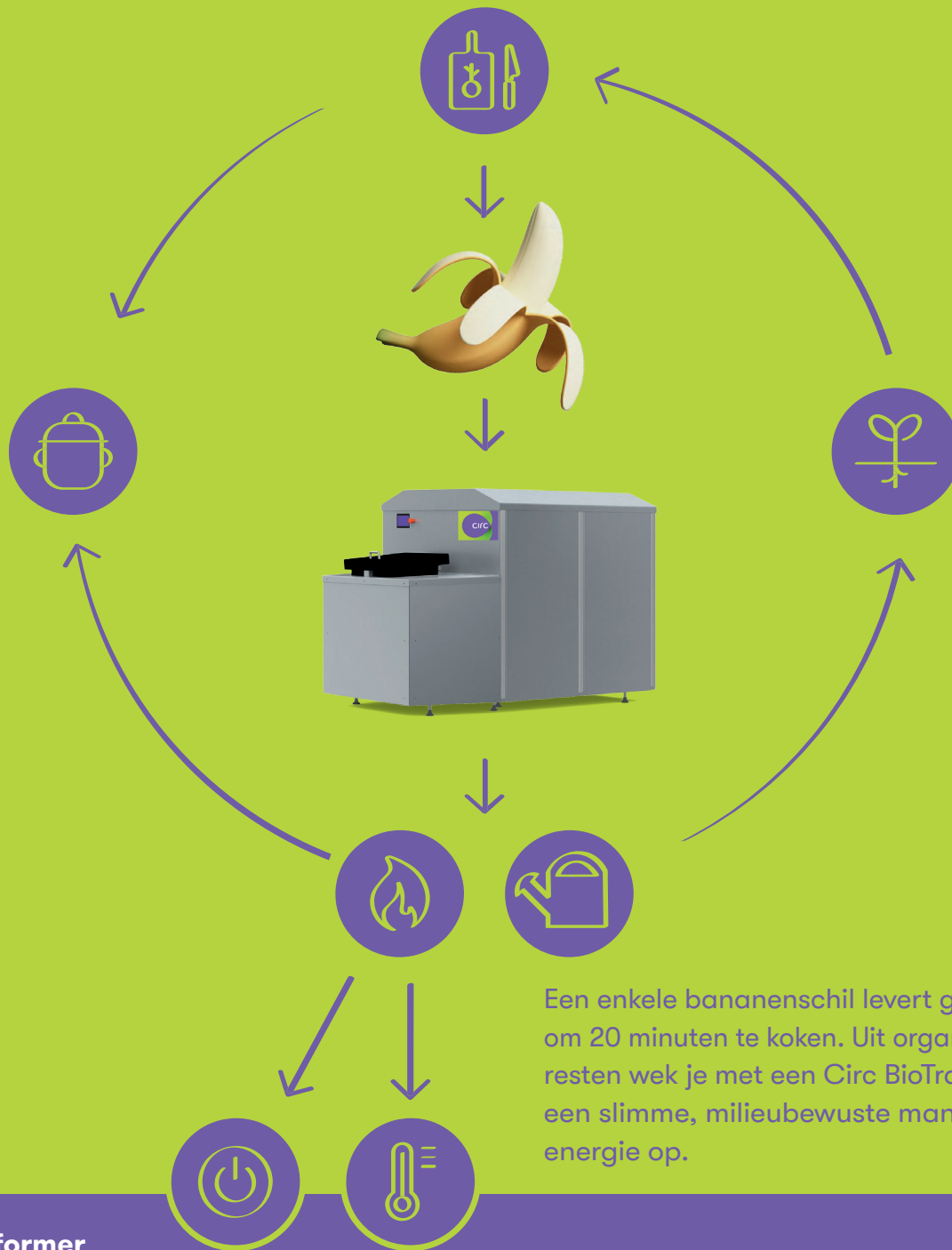
Als bank midden in de samenleving ziet Schuddebeurs een prominente rol voor Rabobank bij de transitie. "Zo ondersteunen wij ondernemers met advies en tools bij hun duurzame inspanningen. Ook bij onze financiering wordt duurzaamheid als randvoorwaarde steeds belangrijker. Vroeger werd vooral op basis van zekerheden gefinancierd. Later kwam daar cashflow bij. Binnen afzienbare tijd wordt de mate waarin je duurzaam onderneemt het volgende criterium. Dat zegt immers iets over het bestaansrecht van een bedrijf. Niet-duurzame ondernemers komen in de toekomst steeds moeilijker aan geld. Je kunt een parallel trekken naar het vastgoed. Gebouwen met een slecht energielabel zijn niet meer financierbaar. Wie een energiezuinige woning koopt, kan vanaf volgend jaar juist meer geld lenen. We gaan met veel bedrijventerreinen in gesprek met focus op verduurzaming. Zo hebben we samen met partners gewerkt aan een Green Deal op Lage Weide waar we doelen voor de komende jaren hebben vastgesteld."

BALANS BEWAKEN

De interactie met klanten bij Rabobank verloopt steeds vaker digitaal. "De COVID-periode leerde ons dat veel meer online kan dan aanvankelijk gedacht. Dagelijks bezoeken 4,4 miljoen klanten onze Bankieren App. Digitale toepassingen zijn versneld veel beter geworden. Er zijn minder handelingen nodig, zaken worden snel geregeld. Klanten willen vaak niet anders meer."

Uitdaging voor de bank daarbij is om de juiste balans te vinden met persoonlijk contact. Schuddebeurs: "Maatwerk blijven leveren in een wereld die sterk systematiseert, noem ik het wel. Dat betekent digitaal waar het kan. Maar als het echt nodig is - bij belangrijke gebeurtenissen of als mensen vastlopen - zijn we altijd persoonlijk bereikbaar en beschikbaar. Zo houden we klanten dichtbij."

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



Circ.Energy
Goeman Borgesiuslaan 77, 3515 ET Utrecht
www.circ.energy





Regiomanager Bouwend Nederland Joost Swaan en gedeputeerde Rob van Muilekom (foto Josine Voogt).

PROVINCIE UTRECHT TWEEDE IN TOP 25 DUURZAAMSTE PUBLIEKE AANBESTEDINGEN

Voor de vijfde keer brengt Het Aanbestedingsinstituut een ranglijst uit van publieke opdrachtgevers die met hun aanbestedende diensten innovaties aanjagen door marktpartijen uit te dagen op duurzaamheid. De actuele editie omvat de jaren 2021 en 2022. Na de provincie Noord-Brabant scoort de provincie Utrecht een tweede plek, op korte afstand van de koploper.

Het Aanbestedingsinstituut berekent de gemiddelde score over het aantal geregistreerde aanbestedingen van publieke opdrachtgevers op het gebied van duurzaamheid. In 2021 stond de provincie Utrecht nog op een achtste plaats.

Tijdens een netwerkbijeenkomst van Bouwend Nederland en de VNG werd gedeputeerde Rob van Muilekom verrast met de erkenning. Bij de overhandiging van de prijs benadrukte Joost Swaan (Regiomanager Bouwend Nederland) dat de provincie Utrecht een enorme sprong heeft gemaakt. "Van de dertien aanbestedingen op het gebied van Bouw en Infra scoorde de provincie zeven keer het hoogst op duurzaamheid."

Gedeputeerde Rob van Muilekom: "Ik ben erg blij met deze prijs en trots dat onze provincie zo goed scoort op duurzaamheid. De verschillen in de top 5 zijn heel erg klein. Dat betekent dat we in aanbestedingen ons best moeten blijven doen om duurzaamheid hoog in het vaandel te houden. Ik zie het als een mooie uitdaging om te proberen Noord-Brabant van de eerste plaats te stoten."

Het proactief bevorderen van duurzaamheid en innovatie in aanbestedingsprocedures is in lijn met het nieuwe coalitieakkoord. Hierin wordt gesproken over het aanscherpen van duurzaamheidsambities. Deze ambities wil de provincie Utrecht behalen door samen te werken met al haar partners om bijvoorbeeld woningen te realiseren die duurzaam en toekomstbestendig zijn. Hiervoor is een convenant gesloten met vier provincies en meer dan 120 publieke en veel private partijen.



Het circulaire hoofdkantoor van Triodos Bank (foto: Alexander van Berge)

NIEUW LEIDERSCHAP BIJ BIOBASED, ECOLOGISCH EN CIRCULAIR BOUWEN

Triodos Bank organiseert op 7 december een bijeenkomst over biobased en circulair bouwen. Om de bouwtransitie verder vorm te geven en te versnellen, zullen we volgens de bank niet alleen kennis moeten delen en de samenwerking binnen de keten verder moeten versterken. Ook zijn leiders met lef nodig die laten zien dat het anders kan.

Op 7 december betreden drie koplopers het podium in het circulaire hoofdkantoor van Triodos Bank in Driebergen. Cor van Oers zal vertellen over de ontwikkeling van Biobased Innovations Garden tot kraamkamer voor innovatie in de teelt en toepassing van nieuwe groene grondstoffen. Hans Stegeman laat als hoofdeconoom van Triodos Bank zijn licht schijnen op leiderschap in transitie. En Dorine Peters zal laten zien dat opdrachtgevers een grote rol kunnen spelen in het versnellen van de veranderingen naar een meer duurzame wereld.

Met het event wil Triodos Bank verschillende partijen uit de keten bij elkaar brengen en met elkaar verbinden; van de agrarische sector en verwerkers tot projectontwikkelaars, architecten, vastgoedbeleggers en bouwbedrijven.

11

WOUTER DIJK NIEUWE ALGEMEEN DIRECTEUR XEROX

Xerox (De Meern) benoemde Wouter Dijk tot algemeen directeur. Hij bekleedde die functie al a.i. na het vertrek van Wilco van Bezooijen.

Dijk is sinds 1989 verbonden aan Veenman. Bij dit dochterbedrijf van Xerox was hij onder meer sales director, een functie die hij combineerde bij Xerox. Nu is hij voor beide organisaties algemeen directeur.

"Ik kijk er naar uit om met Xerox en Veenman en al onze partners de groeiambities verder uit te bouwen," zegt Dijk. "Daarnaast zie ik graag meer diversiteit op de werkvloer. Door diversiteit van achtergronden en perspectieven kunnen we op verschillende manieren naar ons bedrijf kijken, wat leidt tot innovatieve diensten voor onze klanten en boeiender werk voor onze mensen."



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

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 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.





Michiel Dijkman en Arjan van den Born

Foto: Janneke Walpot

WE MOETEN MEER VAN 'KENNIS NAAR KASSA'

Het Utrechtse bedrijfsleven tikkert goed aan de weg. We zijn sinds dit jaar de meest competitieve regio van Europa. Hebben het snelst groeiende Science Park van Nederland. Doen twee keer zoveel octrooiaanvragen op gebied van farmacie, biotechnologie en voedingsmiddelen als elders in Nederland. En hebben nationaal het op één na beste startupklimaat.

Waarom niet het beste, vraagt u zich wellicht af? Nou, waar we nog in kunnen verbeteren is valorisatie: van kennis naar kassa. Naar schatting ontstaan er jaarlijks in de regio Utrecht 300 nieuwe startups en worden er ongeveer 300 patenten en octrooien ontwikkeld. Daarvoor is een combinatie van ondernemersgeest, passie, tijd en financiële middelen nodig. En daar gaat het een beetje mis...

Niet dat er in Utrecht niet voldoende mensen zijn met voldoende passie en ondernemersgeest: dat zit wel snor. Het zijn juist de elementen geld, tijd en ruimte die doorslaggevend kunnen zijn om van Utrecht het beste startupklimaat van Nederland te maken.

De uitdaging ligt met name in ruimte en tijd. De fysieke ruimte is natuurlijk een uitdaging voor alle ondernemers in onze regio, maar voor snelle groeiers geldt dat des te meer. Die zijn veelal elk jaar op zoek naar nieuwe bedrijfshuisvesting om de groei te kunnen accommoderen. En zonder ruimte, geen groei. Daarom roepen we overheden, kennisinstellingen en bedrijven op, intensief samen te werken om deze ruimte te creëren.

Temeer omdat innovatie steeds vaker niet van binnenuit grote ondernemingen komt maar van jonge startups en innovatieve mkb'ers. Grote ondernemingen kopen liever innovatieve bedrijven als ze wat verder zijn, want de startfase van een nieuw idee vinden ze maar risicovol. Het gevolg: (over)organisatie...

Om van een nieuw idee een business te maken, mogen één of meerdere medewerkers zich een weg wurmen langs de innovatiecommissie (of iets van soortgelijke verwoording) die na maandenlang beraadslagen een oordeel velt over het businessplan van de enthousiastelingen.

Bij groen licht worden tijd en middelen via een strak omlind plan met reguliere verantwoordingsmomenten beschikbaar gesteld. Hoewel daarmee aan de factoren tijd en financiële middelen is voldaan, zal het u niet verbazen dat een dergelijk proces – of zelfs het vooruitzicht daarop – de doodsteek is voor ieder sprankje ondernemersgeest en passie.

Hoe gaat dit in uw organisatie? Welke tijd en ruimte hebben uw medewerkers om met nieuwe ideeën aan de slag te gaan? En bent u bereid de stap te zetten van 'organiseren naar loslaten'? Wij zouden dat de regio Utrecht wat meer gunnen: meer innovatieve startups en een hogere conversie van octrooien en patenten naar winstgevende business.

Zo kunnen we als regio nog competitiever en aantrekkelijker worden. En de kassa flink laten rinkelen.

Arjan van den Born, directeur Regionale Ontwikkelingsmaatschappij Utrecht
Michiel Dijkman, directeur Economic Board Utrecht



Henri de Jong (The Sharing Group) en Robin Berg van We Drive Solar.

DEELAUTO ALS BUURTBATTERIJ IN UTRECHT

MyWheels en We Drive Solar gaan 300 bidirectionele auto's aansluiten op de laadpalen van We Drive Solar in Utrecht. De technologie van We Drive Solar om auto's bidirectioneel te (ont)laden komt daarmee beschikbaar voor de elektrische vloot van MyWheels. Die deelauto's worden onderdeel van het energiesysteem van We Drive Solar. Hierbij wordt beschikbare zon- en windenergie gebruikt voor het opladen van de deelauto's. Daarna kan deze energie worden teruggeleverd op momenten dat er meer vraag is naar duurzame stroom. Deelauto's fungeren zo als rijdende buurtbatterijen. Ze kunnen een belangrijke rol spelen in het tegengaan van netcongestie en daarmee de energietransitie versnellen.

Robin Berg, oprichter en CEO We Drive Solar: "We zijn erg blij met de samenwerking met MyWheels zodat we de uitrol van bidirectioneel laden verder kunnen versnellen en de werking ervan op grote schaal kunnen laten zien." MyWheels is onderdeel van The Sharing Group. "We bouwen aan The People's Power Plant," zegt CEO Henri de Jong. "Een energiesysteem waarin we onze zelf opgewekte energie opslaan en delen met onze buurt of burens. Zo versnellen we de energietransitie en houden die voor iedereen betaalbaar." Beide bedrijven willen de inzet van bidirectionele laadauto's de komende jaren opschalen, ook buiten Utrecht.



SUCCESVOLLE UTRECHT SCIENCE WEEK

Van het ziekenhuis van de toekomst tot de redding van ons drinkwater, en van een dierwaardige veehouderij tot de finale van de Sustainable City Challenge waarbij burgemeester Sharon Dijksma de winnaars bekend maakte: de Utrecht Science Week was opnieuw een groot succes. Tijdens de derde editie stonden de kracht van innovatie en samenwerking gericht op een gezonde, duurzame samenleving centraal.

Een week lang konden bezoekers kennismaken met alles wat het Utrecht Science Park te bieden heeft. De betrokken partners presenteerden een veelzijdig programma met onder meer lezingen, debatten, rondleidingen en creatieve competities voor oplossingen bij vraagstukken rond duurzaamheid en gezond leven. Ook gevestigde evenementen zoals het Betweter Festival, het Weekend van de Wetenschap en de Dag van de Duurzaamheid waren onderdeel van de Utrecht Science Week.

"De derde editie van de Utrecht Science Week was een groot succes en toont opnieuw de sterke verbondenheid van onze partners. Meer dan 8.000 bezoekers hebben een week lang de dynamiek van het Utrecht Science Park ervaren," zegt Jan Henk van der Velden, directeur-bestuurder van de Stichting Utrecht Science Park.

Foto: Seth Carnill

NIEUWE PARTNERS BIJ HLB BLÖMER

Bas Sluis en Taco Holwerda zijn per 1 oktober 2023 benoemd tot partners bij HLB Blömer accountants. Sluis werkt sinds 2006 bij HLB Blömer en heeft ruime ervaring in de (wettelijke) controlepraktijk. Holwerda kan bogen op veel ervaring in de mkb-adviespraktijk met een focus op loonheffingen, vennootschapsbelasting en inkomstenbelasting.

Met de benoeming van Sluis en Holwerda geeft HLB Blömer invulling aan haar groeiambitie. Na de fusie met VERDER accountants en adviseurs eerder dit jaar telt het Nieuwegeinse kantoor nu veertien partners.



Bas Sluis (links) en Taco Holwerda

EXCLUSIEF ZAKELIJK KERSTCONCERT

15 & 22 december 2023 | Parc Broekhuizen

Kerst vieren met je collega's of zakelijke relaties? Schuif samen aan bij een van de zakelijke kerstconcerten van Trijntje Oosterhuis, op Culinaire Landgoed Parc Broekhuizen in Leersum. Deze concerten zijn compleet verzorgd met luxe hapjes, de mooiste wijnen en een swingende after-borrel. Kortom: de perfecte gelegenheid om samen het zakelijk jaar mee af te sluiten.

Meer weten of je tickets boeken? Neem contact op via info@soulfulchristmas.nl

€150,-
per persoon



LUXE CHRISTMAS DINNER CONCERT

24 & 26 december 2023 | Parc Broekhuizen

Geniet van een heerlijke avond, met luxe kerstdiner en de mooiste kerstsongs gezongen door Trijntje Oosterhuis, begeleid door pianist Hans Vroomans:

- Ontvangst met aperitief
- Concert van Trijntje Oosterhuis
- 5-gangen kerstdiner
- Bijpassend wijnarrangement
- Meet and greet met Trijntje

€295,-
per persoon

Kijk voor meer informatie of om te reserveren op www.soulfulchristmas.nl



De nieuwe vestiging van Jan Snel in Bunnik

JAN SNEL BREIDT UIT IN BUNNIK

IMPULS VOOR MODULAIRE HUISVESTING

De vraag naar flexibele, modulaire huisvesting groeit sterk. Reden voor Jan Snel – onderdeel van de Daiwa House Group – om de capaciteit fors uit te breiden. Een nieuwe vestiging langs de A12 bij Bunnik geeft de circulaire koploper alle ruimte voor haar ambities: “We zijn een winnend team.”

De vertrouwde naam van Jan Snel – marktleider in modulaire huisvesting – kreeg in 2021 een extra dimensie. Toen nam het Japanse concern Daiwa House een strategisch belang in het Montfoortse familiebedrijf. Met een jaaromzet van meer dan 32 miljard euro is Daiwa House de grootste industriële bouwer ter wereld. De samenwerking geeft Jan Snel een enorme slagkracht en de mogelijkheid om de activiteiten fors op te schalen. Ook internationaal, met een locatie in Duitsland en projecten in Engeland en de VS.

VAN STUDENTENHUISVESTING TOT CLEANROOM

Na de deelname van Daiwa House kent het bedrijf drie labels. “Daiwa House Modular Europe is verantwoordelijk voor woningbouw in uiteenlopende varianten: grondgebonden woningen, flexwoningen, appartementen, grootschalige studentenhuysvesting en seniorencomplexen,” verduidelijkt Hoofd Commercie Lars van Zandwijk. “Medexs realiseert zorghuisvesting zoals cleanrooms, operatiekamers en laboratoria. Zelfs complete ziekenhuizen zijn mogelijk.”



Trainingsaccommodatie van FC Utrecht

STRATEGISCHE LOCATIE

De nieuwe vestiging van Jan Snel ligt in meerdere opzichten op een strategische locatie. "Pal aan de snelweg, goed zichtbaar en optimaal bereikbaar. Niet alleen voor klanten, ook voor medewerkers," zegt Van Zandwijk. De hoofdvestiging in Montfoort ligt aan de westkant van Utrecht. "Door de lange historie is de naam bekendheid bij potentiële medewerkers er groot. In Bunnik bestrijken we nu een voor ons nieuw deel van de regionale arbeidsmarkt. Dus ook uit dat oogpunt brengt deze vestiging het bedrijf verder."

22.000 MODULES

Derde pijler is Jan Snel, al meer dan zestig jaar een ijzersterk merk in tijdelijke huisvesting. "We beschikken over een vloot van 22.000 modules voor huur en koop," zegt Hoofd Bedrijfsbureau Rob Derksen. "Die worden ingezet voor verschillende toepassingen: van kortdurend op een bouwplaats, vervangende huisvesting bij de verbouw van scholen en fabrieken tot complete kantoren. Actueel is de opvang van Oekraïense vluchtelingen en asielzoekers. In opdracht van de COA en tal van gemeenten realiseren wij razendsnel tijdelijke onderkomens."

ROEMRUCHE DISCOTHEEK

Om aan de toenemende vraag te kunnen voldoen, zocht Jan Snel ruimte voor expansie. Die werd gevonden op een unieke plek: het terrein van Brothers aan de A12 bij Bunnik. Veel mensen uit de omgeving kennen de roemruchte discotheek. "Ook ik heb er mooie feesten meegemaakt," lacht Van Zandwijk. Jan Snel huurde al ruimte voor opslag in Bunnik. "Toen Brothers stopte, werden we het eens over de aankoop van het hele terrein." Dat biedt nu plaats aan een productiehal van 7.200 m2 met aangrenzend kantoor. "Het is een ideale uitvalsbasis: midden in het land en pal aan de snelweg."

HETZELFDE SPEL

De fabriek in Bunnik was eind juni operationeel, het kantoor in augustus. "Er werken nu zo 80 mensen, ongeveer gelijk verdeeld over beide gebouwen. Denk bij het kantoor aan functies als projectleiders, werkvoorbereiders en het verkoopteam."

Wanden, vloeren en staalconstructies worden gemaakt in Montfoort en in Bunnik samengevoegd. Ook modules die terugkomen uit de verhuur gaan nu naar de nieuwe vestiging. "Ons spel is al ruim zestig jaar hetzelfde. Een unit wordt gedemonteerd en alles wordt hergebruikt in een nieuwe samenstelling. Zo krijgt een kantoorwand bij een schoolgebouw een volgend leven."

DE HOOGTE IN

Naast de units die kant en klaar naar een locatie gaan, realiseert Jan Snel ook huisvesting met het Movix-systeem. "Dit wordt gebruikt voor gebouwen die langer blijven staan. Ook Movix kent standaard elementen: stalen kolommen, wanden en betonvloeren. Op locatie wordt alles samengevoegd. Snelheid is ook hier een belangrijk kenmerk. Het kantoor in Bunnik stond binnen 12 weken."

Het afwerkingsniveau is niet van permanente bouw te onderscheiden. "En door de stalen kolommen kunnen we met Movix ook de hoogte in. Dat maakt het bijvoorbeeld mogelijk sporthallen te realiseren, zoals bij de trainingsaccommodatie van FC Utrecht. Daar zijn beide bouwsystemen gecombineerd."

WINNEND TEAM

Doordat de assemblage verplaatst is naar Bunnik, ontstond ruimte in Montfoort. "Maar die is alweer benut," zegt Van Zandwijk. "Onder meer door processen efficiënter in te richten. Ook is er een nieuwe hal gebouwd die ingericht wordt voor gerobotiseerde woningproductie." Het is duidelijk: Jan Snel en Daiwa House zijn een winnend team. "Een samenspel van ontwikkelingen speelt ons in de kaart. Het woningtekort blijft groot, de behoefte aan flexibiliteit neemt toe; denk aan onverwachte gebeurtenissen als de grote toestroom van Oekraïense vluchtelingen. Met de modulaire concepten is het mogelijk razendsnel op en af te schalen. Het is veilige en energiezuinige huisvesting; door de isolerende wanden is een Energielabel van A++ goed haalbaar. En de herbruikbaarheid maakt onze oplossingen ook financieel interessant."

CIRCULAIR DNA

Hét kenmerk van Jan Snel – circulariteit – wordt voor opdrachtgevers steeds belangrijker. "Dit zit in ons DNA," stelt Derksen. "Herbruikbaarheid is de rode draad in de bedrijfsvoering. De afvalstroom is minimaal want modules worden telkens opnieuw ingezet, inclusief de betonnen plaatfundering. Wand worden tot wel vijftien keer hergebruikt. Eventuele schade is meestal prima te herstellen. Ook bij het Movix-systeem worden alle onderdelen opnieuw gebruikt."

COMPLEXE PROJECTEN

Oplossingen van Jan Snel zijn voor steeds meer opdrachtgevers interessant. "Vroeger was tijdelijke bouw wettelijk beperkt tot vijf jaar," zegt Van Zandwijk. "Nu is dat vijftien jaar, waardoor steeds meer toepassingen mogelijk zijn. Tijdelijke huisvesting gaat desgewenst net zo lang mee als traditionele bouw." Ook de organisatie van Jan Snel heeft zich ontwikkeld, zowel bij de voorbereiding als in de uitvoering. "We draaien onze hand niet om voor grote aanbestedingen en kunnen complexe projecten zonder voorbehoud aan. Met deze nieuwe vestiging is ook letterlijk alle ruimte voor verdere groei."



Tijdelijke noodhuisvesting voor de gemeente Arnhem



mbo voor professionals

Wij maken leren behapbaar voor werknemers en werkgevers

Wie bij ROC Midden Nederland komt voor bij- of omscholing, begint niet op 'nul'. Dit betekent dat we de ervaring die iemand met zich meebrengt meetellen en op waarde schatten. We bieden daarom flexibel onderwijs, maatwerktrajecten en zorgen dat deelnemers 'alleen leren wat nodig is'. Dit noemen we valideren: we gaan uit van de bestaande werkervaring en vakvaardigheid en bouwen daarop voort in het onderwijs. Voor werkgevers heeft het wegen van kennis, ervaring en vaardigheden het voordeel dat ze werknemers minder lang op de werkvloer missen. Medewerkers leren alleen wat écht nodig is voor een vervolgstap in de praktijk en kunnen zo gerichter worden opgeleid.

Bij ROC Midden Nederland hanteren we vier verschillende vormen van valideren. De meest zware vorm is een EVC- traject (eerder verworven competenties, red.). Dit is een vrij formele manier van vrijstelling organiseren en gaat over het verzamelen van bewijsstukken. De medewerker krijgt hierbij vrijstelling van onderwijs én examens. De tweede vorm is de praktijkverklaring: die is geschikt voor mensen die vakbekwaam zijn, maar waarbij we verwachten dat het moeilijk voor hen is om een diploma te behalen.

Dialogisch valideren is de derde vorm. Dit betekent dat er een gesprek wordt

gevoerd met de deelnemer, waarin naar voren komt wat de werkende of werkzoekende in huis heeft en wat nog aangeleerd moet worden. Daarbij krijgt de deelnemer een persoonlijke leerroute en organiseren wij vrijstelling van onderwijs. Bij de laatste vorm gaat het om competenties die in meerdere branches geschikt zijn. Zo kan iemand overstappen van werk naar werk: welke kennis brengt iemand al mee en wat moet nog bijgeleerd worden?

Valideren: 'alleen leren wat nodig is'

Valideren zorgt voor vertrouwen

Voor niet iedereen is het vanzelfsprekend om weer te gaan leren. De stap nemen om je verder te ontwikkelen, gaat vaak ook over vertrouwen krijgen in het eigen kunnen. Valideren helpt daarbij. Het uitgangspunt is wat iemand al onder de knie heeft en dit wordt ook erkend. Dat geeft vertrouwen. Uit onderzoek is bijvoorbeeld gebleken dat werknemers die mbo 2 en mbo 3 hebben gevolgd niet makkelijk vanuit zichzelf een vervolopleiding starten. Voor werkgevers ligt daar dus een rol om dat te

stimuleren. Als ROC Midden Nederland denken we hier graag in mee en bieden we daarom deze verschillende manieren van valideren. Zo maken we leren voor iedereen zo behapbaar mogelijk.

Volwassenenonderwijs

ROC Midden Nederland biedt met mbo voor professionals een breed aanbod aan ontwikkelingsmogelijkheden voor volwassenen in de regio. Met zowel korte cursussen, trainingen en keuzedelen als volledige opleidingen (op maat, incompany, bedrijfsklas of open inschrijving). Altijd met een erkend diploma, mbo- of branche-certificaat, getuigschrift of praktijkverklaring. Wij bieden volwassenenonderwijs dat aansluit op de behoeften van werkgevers en aanvulling biedt op de kennis en ervaring van de deelnemers.

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



Wil je meer weten of contact met onze accountmanager? Check de QR-code of ga naar mbovoorprofessionals.nl

mbo voor professionals





Het Spoorwegmuseum: sterke troef van Utrecht (foto: Jorrit Lousberg).

UTRECHT CULTUURPROVINCIE NUMMER VIER

Ondanks het grote Utrechtse cultuuraanbod zijn Groningers, Noord-Hollanders en Friezen nog trotser dan Utrechtse op de cultuurinstellingen in hun eigen provincie. Dit blijkt uit het Vrije Tijd Merkenonderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy.

“De Utrechtse cultuurinstellingen zijn altijd al een belangrijke bron van woonplezier geweest voor de inwoners van de provincie,” aldus merkadviseur Beerda in een toelichting. “Het Spoorwegmuseum en de Domtoren worden stevast het sterkst omarmd door de bevolking. Met name dankzij de komst van TivoliVredenburg in 2014 en het recent vernieuwde nijntje museum is de tevredenheid over de culturele rijkdom verder gestegen. Opvallend is ook de nummer acht-positie die de Domkerk inneemt op de ranglijst van favoriete cultuurinstellingen.”

De ontwikkelingen rond Paleis Soestdijk zijn volgens Beerda te weinig zichtbaar voor het Utrechtse publiek. “In 2013 behoorde het paleis met een derde positie nog tot de topinstellingen van de regionale cultuursector. Tijdens de renovatie is de zichtbaarheid van activiteiten in het 350 jaar oude monument te beperkt voor een plek in de cultuur-top 50 van Utrecht.”

HERMAN MANTEL CCO BIJ JAARBEURS

Herman Mantel is de nieuwe Chief Commercial Officer (CCO) van Koninklijke Jaarbeurs. Hij volgt Heiko Stutzinger op die Managing Director wordt van de Hamburg Messe und Congress GmbH.



Mantel was algemeen directeur van energieplatform Connecthing. Eerder was hij adviseur Digital & Data bij Station10 en CCO bij Telegraaf Media Groep.

Als CCO is Mantel onder andere verantwoordelijk voor de eigen beurstitels van Jaarbeurs, de gast- en partnerevenementen en de diverse online platforms. Daarnaast zal hij zich richten op het verbeteren van de klantervaring, operationele efficiëntie en de ontwikkeling van nieuwe zakelijke kansen.

“Ik ben verheugd om Herman Mantel als onze nieuwe CCO te verwelkomen,” zegt Jeroen van Hooff, CEO Koninklijke Jaarbeurs. “Met zijn leiderschapskwaliteiten en ruime ervaring op het gebied van digital, marketing en sales ben ik ervan overtuigd dat Herman een waardevolle bijdrage zal leveren aan het verder versterken van de positie van Jaarbeurs als toonaangevende organisator en facilitator van beurzen, evenementen en congressen. Zowel live als online.”

19



BOLLEBOZEN-HERFSTKAMP VERGROOT KANSENGELIJKHEID

In de herfstvakantie organiseerde RobotWise in samenwerking met bol. (voorheen Bol.com) voor het derde jaar op rij het 'bollebozen-herfstkamp'. Kinderen van 9 tot 12 jaar met een onderwijsachterstand van scholen uit het Utrechtse Kanaleiland werden hiervoor uitgenodigd op het hoofdkantoor van bol. Tijdens het driedaagse herfstkamp lag het accent op plezier, nieuwsgierigheid en vindingrijkheid. Alle activiteiten stimuleerden het samenwerken van de leerlingen, waarbij ze spelenderwijs leerden programmeren met behulp van fysieke robots. Door de verscheidenheid aan opdrachten werden alle leer- en denkniveaus aangesproken. Sociale vaardigheden zoals creativiteit, probleemoplossend vermogen en analytisch denken kwamen spelenderwijs aan bod.

Er meldden zich meer meisjes dan jongens aan voor het bollebozenkamp. “We zien dat meisjes enthousiast worden als ze op een creatieve manier met technologie aan de slag kunnen gaan,” zegt Tamar Neter, oprichter van RobotWise. “Ze doen positieve ervaringen op, ontdekken hun verborgen talenten en krijgen extra zelfvertrouwen.”



Doekle Terpstra

TECHNIEK NEDERLAND SCHAAKT OP VELE BORDEN

“RUIM BAAN VOOR DE MAKERS VAN MORGEN”

Om de installatiesector te versterken, schaaft brancheorganisatie Techniek Nederland op vele borden: een intensieve lobby bij overheden, verbinding met het onderwijs en een landelijke arbeidsmarktcampagne. Die moet helpen om het grote personeelstekort in de techniek terug te dringen. “Technisch talent wordt de nieuwe elite,” stelt voorzitter Doekle Terpstra. “Deze makers van morgen gaan de komende jaren het verschil maken bij de grote maatschappelijke opgaven.”

De installatiebranche presteert prima, weet Techniek Nederland-voorzitter Doekle Terpstra. “Orderportefeuilles zijn veelal goed gevuld. Inzoomend op deelmarkten zie je dat de nieuwbouw van woningen onder druk staat. Daarbij speelt een combinatie van factoren: de stikstofproblematiek, gestegen bouwkosten, de doorlooptijd van procedures en de hoge

rente. Leden van Techniek Nederland die voornamelijk in de woningbouw actief zijn, merken nu dat hun activiteiten stagneren.” In veel andere deelmarkten is de personeelskrapte volop aanwezig. “Er is nog altijd een tekort van zo’n 20.000 technische vakmensen.”

“TECHNISCH TALENT IS DE NIEUWE ELITE OP DE ARBEIDSMARKT.”

ZELFBEWUSTE BEDRIJVEN

Nederland telt zo'n 190.000 mensen met een technisch beroep. "Hun werk verandert snel, mede door de digitalisering. Installaties zijn steeds complexer, de installateur wordt een system integrator die een sleutelrol speelt in de bouwketen."

Deze ontwikkeling leidt ertoe dat de sector steeds zelfbewuster wordt. "Installatiebedrijven worden assertiever. Waren zij tien jaar geleden vooral onderaannemer, nu zijn ze in toeneemende mate regisseur. Die ontwikkeling zet zich door. Er zijn steeds meer voorbeelden van projecten waar installateurs in de lead zijn. Dit heeft impact op de functie-inhoud en op het arbeidsmarktperspectief in de sector."

VERBORGEN PAREL

Deze ontwikkeling vraagt ook om hoger opgeleid personeel. "De verbinding met het hbo kan beter, maar ik zie gelukkig van beide kanten beweging," aldus Terpstra. "Scholen leiden vaker op voor de technieksector. Mooi voorbeeld is *Be an engineer*, een initiatief van hogescholen waarbij techniekonderwijs en praktijk samengaan. Grote kansen zijn er bij toegepast onderzoek, wat mij betreft echt een verborgen parel. Techniek Nederland bemiddelt graag bij het contact met scholen."

ACHTERDEUR DICHT

In 2022 was 70% van de nieuwe technische medewerkers zij-instromer. "Vaak kiezen zij voor onze sector omdat ze bij willen dragen aan de verduurzaming van Nederland. Een intrinsieke maatschappelijke motivatie, los van de prima arbeidsvoorwaarden."

Een aanzienlijk deel van de zij-instromers blijkt echter de techniek weer snel te verruilen voor een andere sector. "Hun verwachtingen komen niet uit. Denk aan de werk-privébalans en aan zeggenschap over de invulling van de functie. Daar ligt voor technische bedrijven zeker een opgave. Als mensen door de voordeur binnenkomen, moet de achterdeur wel dicht zijn."

NEDERLAND HEEFT SUPERHELDEN NODIG



Techniek Nederland startte eind september met een landelijke arbeidsmarktcampagne voor de installatiebranche. Het concept is in nauwe samenwerking met leden ontwikkeld. Met een knipoog naar superhelden uit stripboeken en films is de boodschap van de campagne: werk je in de techniek dan heb je speciale krachten die Nederland hard nodig heeft.

De verschillende karakters in de campagne staan elk voor een technische deelsector: van woningen, kantoren en bedrijven tot industrie, infra en duurzame energie. De doelgroep krijgt hierdoor een goed beeld van het gevarieerde werk in de techniek.

Meer informatie op jekuntzoveelmeerindetechniek.nl

MAMMOETTANKER

Bijna een derde van de instroom bij technische bedrijven kwam vorig jaar vanuit het onderwijs. "Dat percentage moet omhoog," stelt Terpstra. "Van oudsher opereert het mbo aanbodgericht, terwijl juist de beroepspraktijk leidend moet zijn. Gelukkig zien steeds meer scholen dat in. Onderwijs vindt minder in de klas en vaker bij bedrijven plaats, maar die ontwikkeling gaat langzaam. Onderwijs is een mammoettanker."

ZELF AAN HET ROER

Steeds meer installateurs staan liever zelf aan het roer en starten een eigen bedrijfsschool. Een goede zaak, stelt Terpstra. "Er zijn mooie voorbeelden waarbij installatiebedrijven nauw samenwerken met mbo-scholen. Die borgen de kwaliteit, de praktijkopleiding vindt in de bedrijven plaats waarbij vaak hybride docenten worden ingezet. Dat zijn mensen die deels in de praktijk werken en dus op de hoogte zijn van de laatste ontwikkelingen én deels voor de klas staan."

GUNSTIGE VOORTEKENEN

Techniek Nederland ziet een lichte toename in aanmeldingen voor techniekopleidingen in vmbo en mbo. "We rekenen ons niet rijk, maar

de voortekenen zijn gunstig. Het imago van techniek wordt beter, het vak staat in de picture. Installatiebedrijven zijn zelfbewust, laten hun gave projecten graag zien. De aantrekkingskracht van techniek neemt daardoor verder toe."

HONDERDEN MILJOENEN

Het Rijk realiseert zich volgens Terpstra terdege de cruciale rol van technische bedrijven. "Techniek Nederland zit bij al het relevante overleg aan tafel. Dat resulteerde onder meer in de LLO Katalysator. Hiermee worden honderden groeifondsmiljoenen ingezet voor een leven lang ontwikkelen, met de nadruk op techniek en de energietransitie."

NIEUWE ELITE

De lobby van Techniek Nederland gaat onverminderd door. "De focus ligt daarbij nu op het regeerakkoord van het volgende kabinet. Daarin moeten de belangen van de sector nadrukkelijk terugkomen, met het waarborgen van voldoende technisch talent als speerpunt." Want deze makers van morgen moeten volgens Terpstra de komende jaren bij grote maatschappelijke opgaven het verschil maken. "Zij zijn de nieuwe elite op de arbeidsmarkt."

MENSEN AANVOELEN

De samenwerking is nog jong maar de chemie verbindt. Marketingspecialist Brands Love People en mannenmoderetailer OFM. hebben een gemeenschappelijke deler: meerwaarde creëren met maatwerk. Een kwestie van mensen aanvoelen en hen met oprechte aandacht en een fijnzinnige benadering, precies midden in hun behoeften treffen. Alles om de juiste momenten speciaal te maken.

“Begin september hebben we met OFM. als kledingpartner voor het eerst het Concours de Saveur georganiseerd,” vertelt Mathijs Heijting van Brands Love People, gevestigd in IJsselstein. “Een rally voor veertig equipes met bijzondere auto’s. Tien relaties van interieurdesigner Bertram Beerbaum uit Laren, tien van Elysee Corporate Finance uit Veenendaal en twintig uit ons eigen netwerk. Mensen die elkaar van tevoren niet kenden en die wij in een mooie setting met elkaar in verbinding wisten te brengen. Zo sloten we de dag af met een diner in de tuin van Bertram Beerbaum aan de Brink in Laren, waarbij de gasten het unieke interieur van zijn eigen huis mochten bewonderen. OFM. stelde voor iedereen een bodywarmer van het Nederlandse sportwagenmerk Donkervoort beschikbaar en de medewerkers liepen in bijpassende vesten rond. Een dag met heel veel speciale momenten en een mooie invulling van de mogelijkheden die wij zien tot samenwerking, vanuit een gedeelde interesse om onze klanten zuivere aandacht te geven met maatwerk.”

Wie de sfeer van het Concours de Saveur wil proeven, kan op YouTube een korte video opzoeken die een impressie geeft. Deze vat in twee minuten pakkend samen hoe je met de juiste aandacht voor details je relaties een onvergetelijke dag bezorgt.

MOOISTE STOFFENHUIS

Vanuit de privésfeer kent Heijting OFM.-directeur Arthur Feenstra. Daar werden de eerste lijntjes gelegd. De marketingspecialist uit IJsselstein laat bij wijze van spreken geen gelegenheid onbenut om de vestiging in Nieuwegein te bezoeken. Enerzijds om samen met gastheer Frank Corbeek te brainstormen over kruisbestuiving in de zakelijke netwerken, anderzijds vanuit een diepgewortelde interesse in mode. “Mijn vrouw vroeg vanochtend nog of ik iets speciaals ging doen, toen ze me in deze outfit zag. Ik heb vandaag drie afspraken en voel me er gewoon goed bij om er net even een bijzondere draai aan te geven als ik ergens verschijn. Dat past bij me.”

Heijting laat een staaltje door zijn handen glijden. “Loro Piana, het mooiste stoffenhuis uit Italië. Je voelt het direct: dit is topkwaliteit.

Frank volgt de mode op de voet. Als in Italië – dat meestal voorloopt – de broeken aan de onderzijde van de pijpen wijder worden, durft hij het voor mij ook gerust een slagje ruimer te nemen.”

“Je moet de klant aanvoelen,” reageert Corbeek. “De één hecht vooral waarde aan functionaliteit en kiest voor een ingetogen stijl, de ander staat open voor trends en schroomt niet om grenzen te verleggen. We hebben laatst nog een felpaars trouwpak voor iemand op maat gemaakt.” Hij toont een selectie stoffen. “Okergeel kan ook.”

NAMEN IN STERREN

Maatwerk. Brands Love People heeft het tot kunst verheven. Heijting: “Vaak hoor je in de marketingwereld de term ‘we love brands’. Wij leggen de nadruk liever op aandacht voor de mensen. Dan wordt het wederkerig. Een tijdje geleden huurden we De Rijtuigenloods in Amersfoort af om een evenement voor een klant te organiseren. Naast het volledig stylen van het interieur gaven we er voor de bezoekers een persoonlijk tintje aan door de namen van alle duizend gasten in sterren op de vloer weer te geven. Dat zorgde voor een geweldige dyna-



Frank Corbeek en Mathijs Heijting: de samenwerking is nog jong maar de chemie verbindt.

miek, want iedereen ging natuurlijk voor zichzelf op zoek: 'Waar sta ik?' Je weet hoe het werkt bij mensen."

Brands Love People omvat volgens de directeur drie divisies. "New Loyalty oftewel de ontwikkeling van loyaliteitsprogramma's, Activaties in het kader van klantenwerving – dus met een commercieel doel – en Events, zowel in opdracht als vanuit onszelf richting relaties. Het Concours de Saveur is daar een voorbeeld van, maar ook een serie van elf kerstconcerten van Trijntje Oosterhuis en een jaarlijks pop-uprestaurant waar een sterrenchef kookt."

ONVERWACHT MOMENT

Vaak slaat Brands Love People een brug tussen deze disciplines. "Het gaat erom dat je mensen begrijpt, ze aandacht geeft en verrassend uit de hoek komt. Een BN'er die je in een persoonlijk filmpje een fijn weekend wenst, een tuinconcert met je favoriete muziek, een ontbijt op zaterdagochtend. Het moet spraakmakend zijn, zoals de keer dat we met veertig relaties een optreden van Adele in Las Vegas bezochten, met een meet and greet na afloop. Dat vergeten onze gasten nooit meer. Het hoeft echter niet



Impressie van het Concours de Saveur



altijd een superexclusief karakter te hebben; zolang je mensen maar een speciaal gevoel geeft en dan het liefst op een onverwacht moment. Zo belt Frank Corbeek mij weleens met een boodschap als: 'Mathijs, de feestdagen komen eraan. Ik heb hier een colbertje voor je dat jij top gaat vinden.' Dat werkt. Het idee dat iemand aan je denkt en je behoeften kent. Dan duurt het niet lang of ik spring in de auto."

MAATWERKWEEK

Het begrip maatwerk vindt zijn oorsprong in de kledingbranche en OFM. koestert dit specialisme. "Daarmee spreken we mensen aan die zich willen onderscheiden," zegt Corbeek. "In het algemeen of voor een bijzondere gelegenheid, zoals een bruiloft of een presentatie. In het populaire segment dragen mensen graag kleding met zichtbare merken, bij onze klanten voor maatwerk ligt dat anders. Zij onderscheiden zich graag met kwaliteit – die met name bij kenners direct in het oog zal springen – en met details die bij hen passen. De mogelijkheden reiken tot in het oneindige. Schoudertype, revers, sjaalkraag, sluiting, aantal knopen, voering met eventueel een naam erin en uiteraard de kleurstelling: the sky is the limit. Wij geven graag advies wat bij welke gelegenheid past, want we kennen de internationale etiquette."

Van 4 tot en met 10 december organiseert OFM. in Nieuwegein de Maatwerkweek, waar bestaande en nieuwe klanten zich kunnen laten inspireren en twintig procent korting krijgen als zij zich door één van de aanwezige specialisten een outfit naar wens laten aanmeten. Experts in hun vak, die de mensen aanvoelen. Een mooie overeenkomst met Brands Love People.

Meer informatie: www.onlyformen.nl



HET ONDERSCHIEDEND VERMOGEN VAN GOLDFIZH

DIGITAL BY NATURE

Digitale versnelling en verandering om bedrijfsvoering efficiënter, beter en klantgerichter te maken. Zo omschrijven Esther de Koning en Heidi Aartman de impact van Goldfizz. Daarbij beschikt het Utrechtse bureau over een unieke troef: medewerkers die zijn opgegroeid met digitale technologie. “De jongste generatie is de echte bron van digitale kennis.”

Als marketingexperts in de bureauwereld en financiële sector kruiste het pad van Esther de Koning en Heidi Aartman regelmatig. Hun overeenkomsten vormen de grondslag voor het gezamenlijke bedrijf. “Onze mindset matcht; we werken hard en weten wat nodig is om iets van A naar B te brengen,” zegt Aartman. “Ook de ideeën over de focus van een bureau komen overeen: met geïntegreerde disciplines en executiekracht klanten versneld toegang geven tot digitalisering.”

IGEN

Derde gemene deler: het besef dat alleen de jongste generatie de bron is van echte digitale kennis. “Aanvankelijk was dit Gen Z maar er is alweer een volgende groep jongeren,” stelt De Koning. “Daarom praten we over iGen: iedereen die opgegroeid is met digitale technologie. Zij vormen het overgrote deel van onze medewerkers en zijn het onderscheidend vermogen, de kurk waarop het bedrijf drijft. Wij ontsluiten hun digitale kennis en zetten die in bij klanten.”

GAVE UITVALSBASIS

Bij de voorbereidingen gebruikten de oprichters de werktitel 'project goudvis'. "Volgens de mythe is het concentratievermogen van dit dier zeer beperkt, net als bij de jongste generatie. Aangevuld met een verwijzing naar Gen Z werd het de naam van het bureau."

Dat kreeg na de start in 2016 al snel vaart. "Een half jaar later namen we de eerste mensen aan en ging het vliegwiel draaien. Inmiddels telt ons team ruim 50 mensen, met de Werkspoorkathedraal als gave uitvalsbasis voor verdere groei."

KLANTEN VAN NAAM

Goldfizz is een full service digitaal marketingbureau. "Daarbij onderscheiden we vier pijlers," aldus Aartman. "Allereerst marketing en content, waaronder ook alles valt op het gebied van media en search. Dan digital change, het door digitalisering versnellen van verandering en groei. Denk aan het ondersteunen van banken bij de digitale transformatie of van KLM bij de digitalisering van hun medewerkersomgeving. Derde pijler is de studio waar alles op creatief vlak gebeurt: huisstijlen, video's, banners en sitebouw. Tot slot de interimtak: het detacheren van medewerkers die klanten tijdelijk ondersteunen bij digitale executie." Deze brede dienstverlening zet Goldfizz in voor klanten van naam waaronder Randstad Groep, het Ministerie van Defensie en Tennet. Per opdrachtgever variëren omvang en zwaartepunt van de inzet.

GOLDFIZZ-CODE

Terug naar de goudvissen. "We zijn continu bezig met het binnenhalen van nieuw jong talent," vertelt De Koning. "Vaak komen ze rechtstreeks van school. We kijken niet primair naar opleiding maar vooral naar wat wij de Goldfizz-code noemen: mentaliteit, normen en waarden, ondernemerschap. Uiteindelijke vraag is altijd: past iemand bij ons?" Volgt een bevestigend antwoord dan is veel aandacht voor opleiding en training. "Daarbij gaat het zowel om hard als om soft skills; gesprekstechnieken, klantgericht werken et cetera."

SPECIALISMEN CREËREN

Vrijwel iedereen start bij Goldfizz in de studio of op de digital marketingafdeling. "Van daaruit bepalen jongeren al snel hun verdere richting. Door trainingen, interactie met collega's en projecten bij klanten ontdekken ze waar hun interesses en sterke punten liggen. Door onze brede dienstverlening is veel mogelijk. Daarbij creëren medewerkers ook zelf nieuwe specialismen. Zij weten immers als geen ander welke ontwikkelingen hot zijn."

"UITEINDELIJKE VRAAG IS ALTIJD: PAST IEMAND BIJ ONS?"

ZELF ZWEMMEN

Uiteindelijk worden Goldfizz-medewerkers generalisten met een zogenaamd phi-shaped profiel. Aartman: "Daardoor maken ze deel uit van twee teams, bijvoorbeeld performance marketing en data of 3D motion en concepting. Zo voorkom je een eenzijdige focus en wordt kruisbestuiving vanzelfsprekend." Medewerkers groeien snel omdat ze veel verantwoordelijkheid krijgen. "Mensen werken hard en komen ook buiten hun comfortzone. Ze worden niet gepamperd; het is een platte organisatie waar je zelf moet kunnen zwemmen. Natuurlijk letten we er wel op dat niemand kopje onder gaat."

NIEUWE VISSEN

De snelle groei bewijst dat Goldfizz met haar strategie en performance op het juiste spoor zit. Wat zijn de toekomstplannen? "Medewerkers en klanten vormen de basis voor onze producten en diensten, in combinatie met een scherp oog voor relevante trends," zegt Aartman. "Dit samenspel bepaalt de ontwikkelingsrichting én het groeitempo. Essentieel daarbij is dat de Goldfizz-cultuur intact blijft." "Ontwikkelingen rond technologie en data volgen elkaar steeds sneller op," weet De Koning. "Ook wordt de tijdsduur tussen digitale generaties alsmaar korter. Daarom is het cruciaal dat we de organisatie blijven voeden met vers bloed, met nieuwe jonge vissen in de vijver. Zij bepalen de groei van het bedrijf."

UTRECHTSE IMPACT VERGROTEN

De ontwikkeling van Goldfizz trekt de aandacht. In november 2023 is het bureau door Het Financieel Dagblad geselecteerd voor de FD Gazellen Awards en behoort daarmee tot de snelst groeiende bedrijven van Nederland.

"Opdrachtgevers komen uit het hele land en zeker ook uit Utrecht," zegt De Koning. "Denk aan UMC Utrecht, HU en a.s.r. Toch zien we mogelijkheden om de impact voor onze stad en regio verder te vergroten. Waarom werkt een Utrechtse organisatie samen met een partij uit Amsterdam terwijl er zoveel tolle bureaus in Utrecht zitten? Ook bij een thema als citymarketing kunnen we veel betekenen. Bijna alle medewerkers hebben in Utrecht gestudeerd en wonen er nog steeds. Als zij de kans krijgen om mee te denken, plukt de stad daar de vruchten van."



Heidy Aartman en Esther de Koning



ADVIES EN COACHING

Van strategische
HRM-visie naar praktische
talentontwikkeling



**Wij helpen graag
organisaties en
individuen het beste
uit zich te halen
door middel van
een duurzame en
bewezen aanpak.**



Nieuwsgierig naar wat wij voor u kunnen betekenen?
Bel ons op 06-31041855 of 06-11756832 voor een
vrijblijvend gesprek of kijk op onze site [same-coaching.nl](https://www.same-coaching.nl)

RAYMOND DE VRIES (ROCKETSTYLE) NA WINNEN STARTERSPRIJS BILTSE ONDERNEMER VAN HET JAAR

“ERKENNING VOOR DE RICHTING EN HET WERK VAN MIJN TEAM”

In 2019 werd Raymond de Vries met Rocketstyle de Biltse Starter van het Jaar. Hij versloeg Buitengewone Varkens en Inbetween Models. Aan de vooravond van de nieuwe competitie blikt De Vries terug. “Ik ben Rocketstyle in 2017 gestart vanuit Utrecht. In 2018 zijn we verhuisd naar Bedrijvenpark Larenstein, in de buurt waar ik geboren en getogen ben,” vertelt De Vries. “In Utrecht had ik al een netwerk, in De Bilt kon ik mijn bedrijf verder uitbouwen. De verkiezing hielp daarbij.”

POTEN IN DE KLEI

“Vier jaar geleden deden we nog veel ad hoc, op basis van concrete vragen, met drie medewerkers en twee freelancers. Ondertussen zijn er zes vaste mensen en een flexibele schil. We zijn ons steeds meer gaan specialiseren met veelal vaste oplossingen voor vergelijkbare problemen.” Daarbij onderscheidt Rocketstyle vier specialismen: jobmarketing (arbeidsmarktcommunicatie/search), e-commerce (directe online verkoop), lokale marketing (naamsbekendheid voor traffic) en leadgeneratie (verkoop via offertes). “Ik ben zelf iemand die met z'n poten in de klei wil staan,” benadrukt De Vries. “Ik ben geen manager. Door te specialiseren, kunnen we ons onderscheiden van de grote bureaus én goede dienstverlening leveren.”

ZOO PUZZELS PER DAG

“Ik wil nooit iets verkopen wat ik niet snap,” stelt De Vries. “Als voorbeeld dient een case-studie waarin we als bureau laten zien dat we alle facetten en fases van e-commerce in de vingers hebben. Daartoe is in coronatijd een online puzzelshop opgezet. Van nul hebben we dat naar 200 puzzels per dag gebracht. De eerste puzzel die ik daarvoor kocht, koester ik nog steeds.”

MEDEWERKERS BEHOUDEN

Voorheen leidde Rocketstyle medewerkers op. “Die konden we weinig perspectief op door-groei bieden. Hierdoor stroomden mensen snel door naar grotere bureaus. Door de specialisatie is er nu perspectief voor nieuwe medewerkers en zijn we beter in staat ze te behouden.”



Raymond de Vries (links) ontvangt de award

NAGENIETEN

Hoe heeft De Vries het winnen van de startersprijs van de Biltse Ondernemer van Jaar ervaren? “Opeens staat er iemand in je kantoor die vertelt dat je genomineerd bent. Dan komt er meteen heel veel op je af; helemaal toen bleek dat ik gewonnen had. Toch heb ik daarna wel een paar dagen kunnen nagenieten. Het voelde als erkenning dat ik de goede richting heb gekozen én was een beloning voor ons harde werken. De avond zelf was de kers op de taart.” De Vries heeft nog altijd contact met de andere genomineerden. “Ik werk zelfs samen met medekandidaat Josse Haarhuis om het verhaal te communiceren over de levensloop van zijn product: Buitengewone Varkens. Die worden op locaties geplaatst waar ze (tijdelijk) nuttig zijn. Ook met de andere ‘competitor’ – Terry Groenen van Inbetween Models – werken we nog steeds samen.”

PRODUCT EN NETWERKEN

Welk advies heeft De Vries voor collega-ondernemers? “Focus op je product, maak dat zo goed mogelijk. Veel mensen richten zich vooral op een goed businessmodel. Maar als je dat combineert met een slecht product levert het een slecht lopend bedrijf op. Een goed product met een slecht businessmodel kan nog wel werken.” “Verder denk ik dat netwerken vaak onderschat wordt. Niet alleen voor het werven van klanten, vooral ook om te sparren en te leren. Daar kun je de Ondernemer van het Jaar-verkiezing ook goed voor gebruiken. Dus kom vooral netwerken en genieten op 6 december!”

De Award voor de Biltse Ondernemer van het Jaar wordt uitgereikt in een feestelijke setting in De Kapel op het Park Berg en Bosch aan de Professor Bronkhorstlaan 10 in Bilthoven. Meer informatie op debiltseondernemer.nl



Rethink your office

“Bedrijven beseffen dat het anders moet en kan”

Arnoud Zweedijk - Desque

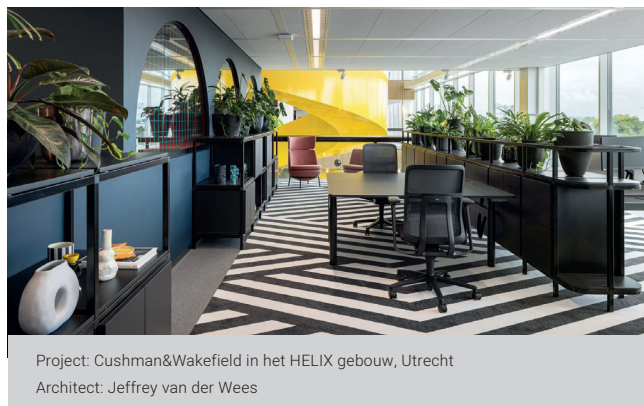
Fotografie: OnderNamen / Menco Rijnalda

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, vergaderruimtes, 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





Daniël Kusse
Manager Marketing & Communicatie
Utrecht Marketing

ZAKELIJK TOERISME ALS MULTIPLIER VOOR DE UTRECHTSE ECONOMIE

Zakelijke evenementen en congressen zijn cruciaal voor de regio Utrecht. Vóór corona leverde zakelijk toerisme de provincie Utrecht 1,6 miljard euro aan inkomsten en bijna 18.000 banen op. Ontzettend belangrijk voor Utrechtse ondernemers in de gastvrijheidssector zoals vergaderlocaties, hotels, restaurants en toeleveranciers. Nu Utrecht na een heftige coronaperiode weer opkrabbelt als bestemming voor zakelijke bezoekers, moeten we ons bewust zijn van de vele positieve effecten die zakelijk toerisme voor onze regio heeft.

Dat gaat verder dan meetbare cijfers. Want congressen en zakelijke evenementen zijn ook een belangrijke schakel in de kenniseconomie, het brengt wetenschappers en professionals samen en stimuleert kennisuitwisseling, het versterkt de economische speerpunten van Utrecht en ze dragen bovendien bij aan promotie en naamsbekendheid. Ook komen er veel bezoekers op congressen af die wellicht overwegen om in Utrecht aan het werk te gaan of om zich hier te vestigen; een potentiële goudmijn aan talent. Kortom: congressen en zakelijke evenementen zijn een belangrijke multiplier voor de Utrechtse economie.

We moeten echter waakzaam zijn. In een recent artikel van ABN Amro wordt gesproken over het dalend aantal toonaangevende congressen dat naar Nederland komt. Met uitzondering van Rotterdam zakt Nederland in vele ranglijsten. Veel Europese steden en regio's investeren ten opzichte van Nederland significant meer in het aantrekken van zakelijke evenementen en congressen. Hoe kunnen we daar in Utrecht antwoord op geven?

In de regio Utrecht werkt het Utrecht Convention Bureau (onderdeel van Utrecht Marketing) al jaren aan het profileren van Utrecht als bestemming voor zakelijke evenementen en congressen. De recente lancering van 'Utrecht, Heart of Health' als economische etalage voor de regio is van grote meerwaarde voor het eenduidig vertellen van het Utrechtse verhaal. Waar blinken we in uit en waarom moet je als congres of evenement kiezen voor Utrecht?

Echter, een groots verhaal alleen is niet genoeg. Er moet meerjarig en fors geïnvesteerd worden om zakelijke evenementen aan te trekken. En daar ligt een uitdaging. In vergelijking met andere steden in Nederland is er in Utrecht beperkt budget beschikbaar voor deze activiteiten. Hoe zorgen we er dan voor dat we de juiste zakelijke evenementen en congressen blijven aantrekken?

Om daar iets aan te doen, is Utrecht Marketing samen met vele partners gestart met de Utrecht Congres Alliantie. De Utrecht Congres Alliantie is een samenwerking tussen publieke en private partners met als doel om de inzet op zakelijk toerisme meerjarig te vergroten. Door te komen tot een gerichte acquisitieagenda en door het slim combineren van beschikbare middelen. Partners in deze samenwerking zijn gemeente en provincie Utrecht, Jaarbeurs, Universiteit Utrecht, UMC Utrecht, de samenwerkende Utrechtse hotels en ROM Utrecht Region. Een cruciale stap om de multiplier van de Utrechtse economie kracht bij te zetten.



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 | I 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

WERKEN MET ZELFSTANDIGEN: DE LAATSTE BELANGRIJKE ONTWIKKELINGEN

Werkt u als ondernemer met zelfstandigen? Dan is het van belang om de ontwikkelingen op dit gebied goed te volgen. Hieronder volgt een overzicht.

BELASTINGDIENST TREKT MODELVEREENKOMST 'VRIJE VERVANGING' IN

De Belastingdienst heeft aangekondigd dat de modelovereenkomsten die zijn gebaseerd op de vrije vervanging komen te vervallen per 1 januari 2024. Dit in verband met een uitspraak van de Hoge Raad (het Deliveroo-arrest) waaruit volgt dat ook sprake kan zijn van een arbeidsovereenkomst bij een mogelijkheid tot vrije vervanging.

Het is dus van belang om te bezien of binnen uw organisatie wordt gewerkt met deze modelovereenkomst, en zo ja, vóór 1 januari 2024 de arbeidsrelatie opnieuw te toetsen (om te voorkomen dat mogelijk loonbelasting is verschuldigd). Er kan nog wel worden gewerkt met de modelovereenkomst 'geen werkgeversgezag'.

HANDHAVING BELASTINGDIENST PER 1 JANUARI 2025

Momenteel geldt een handhavingsmoratorium bij schijnconstructies, tenzij sprake is van kwaadwillendheid (dat wil zeggen: opdrachtgevers die opzettelijk een situatie van evidente schijnzelfstandigheid laten ontstaan of voortbestaan). Per 1 januari 2025 zal dit handhavingsmoratorium volledig worden opgeheven. De Belastingdienst heeft een aantal activiteiten (nader) in gang gezet in voorbereiding op de afschaffing van het handhavingsmoratorium. Deze activiteiten zijn terug te vinden in het 'Handhavingsplan arbeidsrelaties 2023', gepubliceerd op de website van de Belastingdienst.

INTERNETCONSULTATIE VERDUIDELIJKING ARBEIDSRELATIES

Verder is er belangrijke nieuwe wetgeving in de maak om te zorgen voor meer duidelijkheid over de kwalificatie van een arbeidsverhouding (werknemer of zelfstandige). Recent is het wetsvoorstel 'Wet verduidelijking beoordeling arbeidsrelaties en rechtsvermoeden' gepubliceerd, met de volgende twee belangrijke onderdelen:

1. Het criterium 'werken in dienst van' wordt verduidelijkt, aan de hand van de volgende elementen, met bijbehorende indicaties:
 - *werkinhoudelijke aansturing (A)*: is er sprake van instructiebevoegdheid en kan de werkgever de werkzaamheden controleren en eventueel ingrijpen?
 - *organisatorische inbedding (B)*: behoren de werkzaamheden tot de kernactiviteit van de organisatie, hebben ze een structureel karakter en worden ze zij-aan-zij verricht met werknemers die soortgelijk werk verrichten?
 - *werken voor eigen rekening en risico (C)*: liggen de financiële risico's en resultaten bij de werkende, is de werkende verantwoordelijk voor gereedschap/hulpmiddelen, treedt de werkende zelfstandig naar buiten en gaat het om een korte opdracht of een opdracht beperkt in een aantal uur per week?
 - *gedraagt de werkende zich doorgaans als ondernemer of werknemer in het economisch verkeer met betrekking tot vergelijkbare werkzaamheden (C+)*: werkt de werkende voor meerdere opdrachtgevers per jaar, besteedt hij tijd en/of geld aan het verwerven van een reputatie en het vinden van nieuwe klanten en gedraagt hij zich administratief als zelfstandig ondernemer?

Door vast te leggen welke indicaties (A en B) en contra-indicaties (C) voor 'het werken in dienst van' aan de orde kunnen zijn, worden aan werkenden en werkgevers handvatten geboden om een arbeidsrelatie te kwalificeren. Kort gezegd, als criteria A en B even zwaar wegen als criterium C, wordt aanvullend gekeken naar het C+ criterium.

2. Daarnaast wordt een rechtsvermoeden geïntroduceerd op grond waarvan werkenden met een lager uurtarief dan € 32,24 worden geacht hun werkzaamheden te verrichten op basis van een arbeidsovereenkomst (tenzij dit vermoeden wordt weerlegd).

Na de sluiting van de internetconsultatie (10 november 2023) zal de ministerraad besluiten hoe en in welke (eventueel aangepaste) vorm het wetsvoorstel wordt ingediend bij de Tweede Kamer. Inwerkingtreding van het wetsvoorstel is in beginsel beoogd op 1 juli 2025.

Uiteraard zullen wij de ontwikkelingen rondom zelfstandigen op de voet blijven volgen. Voor meer informatie of vragen over het werken met zelfstandigen kunt u altijd contact opnemen met een van onze arbeidsrechtsspecialisten.



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



14 DECEMBER AFAS THEATER LEUSDEN – ONTVANGST OM 18.30 UUR

WINTERBORREL



Daphne Lodewijk prikkelt tijdens de Winterborrel de ondernemersmindset. Zij deelt waardevolle inzichten over hoe je controle kunt houden met een scherp denkvermogen en effectieve communicatievaardigheden. Bezoekers ontdekken de synergie tussen ondernemerschap, sales, het brein, topsport en communicatie. Zo houden zij hun oog op de bal.

Locatie voor de ZO!-Winterborrel is het AFAS Theater in Leusden. Directeur Herman Zondag vertelt over de drijfveren achter dit succesvolle theater.



Net zo succesvol is de voorstelling die de bezoekers van de Winterborrel meemaken: 14, de musical over Johan Cruyff met het bijzondere levensverhaal van Nederlands grootste voetballende. 14 speelt al twee jaar in het AFAS Theater en blijft scoren. Een unieke ervaring.

Ontvangst om 18.30 uur, start programma om 19.00 uur. Aansluitend netwerken met hapjes en drankjes.

Meer informatie en aanmelden op www.utrechtbusiness.nl/winterborrel



Maximaal 80 deelnemers. ZO!-leden hebben voorrang bij de aanmelding.



DE WINTERBORREL WORDT MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR:





Guido Ongena, lector en program director & Mieke Braadbaart, programmaleider ICT Deeltijdopleidingen - Master of Informatics, Hogeschool Utrecht

Meer weten? www.moi.hu.nl - www.ads.hu.nl

Foto: Kees Rutten

LEVEN LANG ONTWIKKELEN IN HET DNA VAN JE ORGANISATIE

In tijden van stijgende kosten op verschillende fronten zoals grondstofprijzen, inflatie en salarissen staan de winstmarges van bedrijven, inclusief het midden- en kleinbedrijf (mkb), onder druk. Het is een natuurlijke reflex om dan de focus te leggen op de korte termijn en te snijden in kosten. Echter, bezuinigen op scholing en ontwikkeling kan op de lange termijn contraproductief werken.

In het huidige tijdperk van digitale transformatie is het cruciaal dat medewerkers up-to-date blijven met de nieuwste technologieën en vaardigheden. Dit waarborgt niet alleen hun relevantie in de markt maar stimuleert ook innovatie. Investeren in personeelsontwikkeling betekent investeren in de toekomstbestendigheid van zowel medewerkers als het bedrijf.

De ICT-deeltijdopleidingen van Hogeschool Utrecht zijn specifiek ontworpen om aan te sluiten bij de dynamische arbeidsmarkt. Ze bieden een scala aan modules als onderdeel van de masteropleidingen in Business & IT en Applied Data Science. Deze opleidingen zijn modulair opgebouwd, wat medewerkers de flexibiliteit biedt om hun studiepad aan te passen aan zowel hun persoonlijke behoeften als die van hun organisatie.

De flexibiliteit van de opleidingen strekt zich uit tot de doorlooptijd. Medewerkers kunnen zelf bepalen in welk tempo zij de opleiding doorlopen, afhankelijk van hun werk, gezinsleven en andere persoonlijke verantwoordelijkheden. Dit flexibele model stelt ons in staat het onderwijs af te stemmen op de individuele deelnemer.

Een uniek kenmerk van onze opleidingen is dat zowel de deelnemers als de docenten praktijkervaring hebben in de ICT-sector. Dit garandeert dat de opleidingsinhoud altijd actueel en relevant is. Bovendien bevordert de beperkte groepsgrootte interactie en netwerk mogelijkheden.

Wij moedigen investering in de ontwikkeling van medewerkers aan. Het biedt hen de kans om te groeien en zich aan te passen aan veranderende marktomstandigheden. Ook stelt het organisaties in staat om te bloeien in de toekomst. Investeer in personeel, investeer in de toekomst.

“BRUGGEN BLIJVEN BOUWEN”

Techniek en IT spelen een sleutelrol bij de actuele transitie. Daarbij draait het niet alleen om innovaties maar ook om de beschikbaarheid van voldoende vakbekwame medewerkers. Daar wringt het al jaren; de vraag naar personeel is onverminderd hoog. Om de huidige tekorten het hoofd te bieden en ook in de toekomst verzekerd te zijn van voldoende technisch en IT-talent is samenwerking een vereiste. Daarom gingen tijdens de Tech Day op 26 oktober belangrijke stakeholders met elkaar in gesprek.



Het welkomstwoord tijdens de Tech Day werd uitgesproken door Jeroen Roverts. Hij is Sales Director Nederland van IWG, het bedrijf achter Spaces House Modernes waar het evenement plaatsvond. Edwin Koster (directeur Economie gemeente Utrecht) gaf de aftrap voor het inhoudelijke programma.

Een van de sprekers was Marjolijn Zwetsloot. “De inhoudelijke focus op zowel techniek als IT tijdens de Tech Day is logisch,” aldus de directeur van de U-TECH community. “Het zijn twee domeinen die elkaar versterken. In vrijwel alle technische disciplines is IT immers een cruciale component.”

TWINTIG PROJECTEN

De U-TECH community bevordert scholing, versterkt de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt en promoot het werken in de IT-sector. “Als neutrale spin in het web dragen wij ertoe bij dat de regio meer IT'ers aantrekt, opleidt en behoudt. Dat doen we samen met partners uit bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Inmiddels zijn twintig projecten aangehaakt; soms bestaande initiatieven, andere zijn door U-TECH geïnitieerd. Het brede aanbod zorgt ervoor dat steeds meer bedrijven ons weten te vinden.”

Op het snijvlak van IT en talent opereert de U-TECH community per 1 januari 2024 vanuit een nieuwe locatie: Dotslash aan de Europalaan. “Bijna alle start- en scale-ups in deze hub hebben een link met IT en tech. Hun dynamiek maakt Dotslash tot een ideale plek voor onze activiteiten.”

GELUK

Op de TechnoHUB in Woerden komen leren, werken en innoveren samen. De opleidingslocatie introduceerde tijdens de Tech Day een nieuw initiatief: het Gezonde en duurzame Leefomgeving Utrecht Consortium, kortweg GELUK. Deze samenwerking van ROC Midden Nederland, Hogeschool Utrecht, Universiteit Utrecht en TechnoHUB werkt aan versterking van het ecosysteem en koppelt studenten en bedrijven vanuit innovatieve thema's. De gebundelde kennis leidt tot aanbod voor een leven lang ontwikkelen.

Ook U-TECH is betrokken bij GELUK, als onderdeel van de tweede ring rond de initiatiefnemers. “Het is een multidisciplinaire samenwerking die complexe vraagstukken raakt waarbij ook maatschappelijke elementen een rol spelen,” zegt Zwetsloot. “Zo'n consortium is dan een waardevol vehikel waarmee partijen het gemeenschappelijke doel formaliseren.”

NIUWE EN BEKENDE GEZICHTEN

Onder het publiek tijdens de Tech Day trof Zwetsloot zowel nieuwe als bekende gezichten. “Ook partijen die ons al goed kennen, werden toch getriggerd door de informatie. Het benadrukt hoe belangrijk de verbinding blijft tussen partijen uit onderwijs, bedrijfsleven en overheid. Ook al kennen ze elkaar, ieders perspectief en focus zijn anders. Daarom moeten we bruggen blijven bouwen zodat al deze stakeholders weten wat de ander drijft, waaraan behoefte is en hoe belemmeringen kunnen worden weggenomen. De Tech Day is zo'n brug. Daarom krijgt het initiatief wat mij betreft zeker een vervolg.”



37

VOLGEND JAAR WEER

“Het was mooi om in de ‘heart of health’ aandacht te hebben voor alle technische en IT-bedrijven in onze provincie,” zegt Jan Martijn Broekhof, voorzitter VNO-NCW Provincie Utrecht en dagvoorzitter tijdens de Tech Day. “Zo! Utrecht Business en VNO-NCW Provincie Utrecht brachten vertegenwoordigers uit bedrijfsleven, onderwijs en overheid bij elkaar. Niet alleen om te vieren dat we op technisch vlak mooie dingen doen. Ook om met elkaar te praten over het tekort aan talent en de uitdaging om getalenteerde mensen voor onze provincie te behouden.”

Terugkijkend op de middag constateert Broekhof dat een flink aantal contacten zijn gelegd en nieuwe samenwerkingen zijn ontstaan. “Uiteindelijk moeten we niet op onze eigen eilandjes blijven zitten en met onze stokpaardjes schermen. Alleen samen kunnen we de problematiek oplossen. Dit smaakt naar meer, dus volgend jaar organiseren we deze dag weer.”

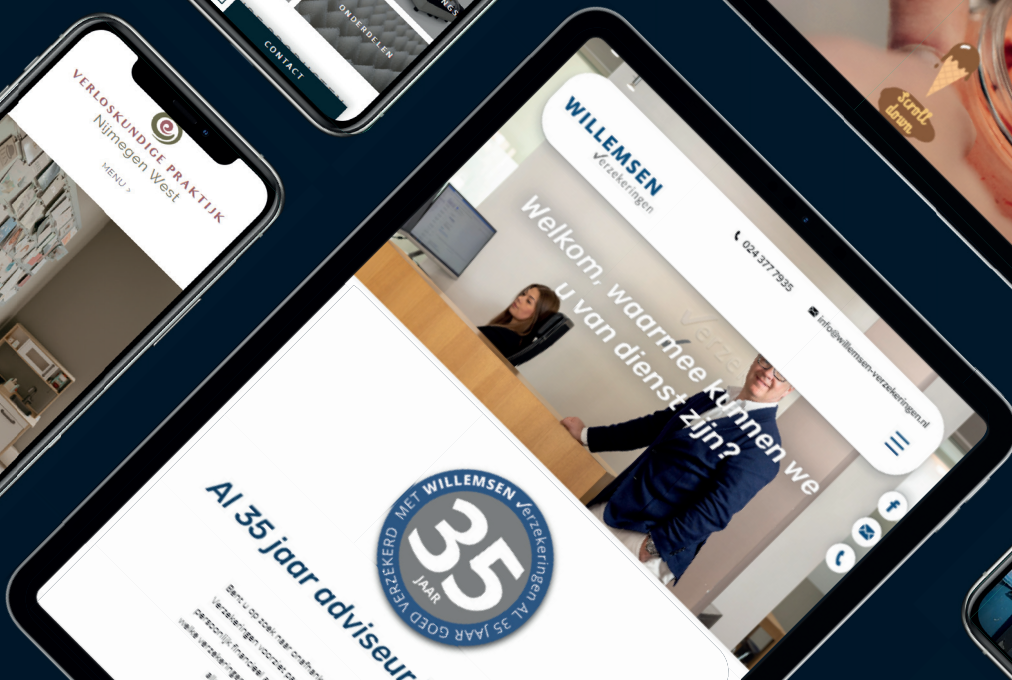
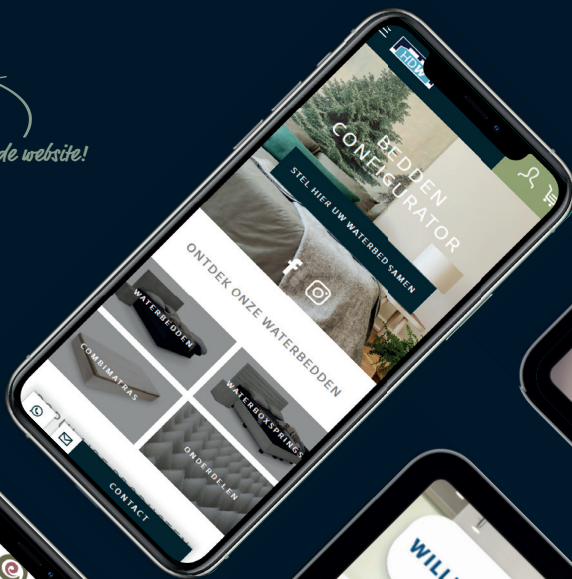


» Toe aan een nieuwe website?

Passie voor het creëren van verbluffende websites die indruk maken en resultaten opleveren.



Check de website!



WAT JE KUNT LEREN TIJDENS EEN AFSCHEIDSRECEPTIE

Onlangs was ik op een afscheidsreceptie van een relatie waar ik al meer dan dertig jaar klant ben. Ik ken deze dame als zeer betrokken, oplossingsgericht en vooral ook loyaal. En omdat we zolang hebben samengewerkt ken ik ook een flink stuk van haar persoonlijk leven. Wanneer we met elkaar belden, ging het zakelijke vaak simpel over in het persoonlijke. Kortom: iemand waar je fijn en graag mee samenwerkt.

Tijdens haar afscheidsreceptie nam de adjunct-directeur het woord, hij roemde haar om haar inzet en betrokkenheid. En terloops maakte hij een kleine opmerking dat ze ook wel heel erg koppig kon zijn. Maar veel woorden maakte hij daar niet aan vuil, het was meer als grapje bedoeld. Hij was vooral positief en wenste haar oprecht een fijne pensioentijd.

Toen de betrokken pensionado zelf aan het woord kwam vertelde ze over haar carrière. De groei van het bedrijf had haar veel gebracht. Wel was ze kritisch over de afgelopen vijf jaar. Haar was nooit gevraagd wat ze vond van het nieuwe klantsysteem en het feit dat ze 'alles moest registreren'. Ze benoemde dat als ballast, voor haar telde met name de klant en als die tevreden was, dan was zij dat ook. Daar haalde ze vooral haar voldoening uit. De laatste jaren hadden haar veel energie gekost en ze was daarom blij om nu een andere fase in te gaan. Allemaal heel eerlijk verwoord dus.

Na de speeches was het tijd voor de champagne en voor mij was het tijd voor een bezoekje aan het toilet.. Op het toilet waren ook twee collega's die zich alleen waanden. De eerste riep dat hij blij was dat deze collega afscheid nam. Hij was klaar met haar eigengereide werkwijze. De andere collega bevestigde dat en terwijl ik even wat langer op het toilet bleef hoorde ik de tweede zeggen dat hij blij was dat vanaf maandag het gedoe in het team afgelopen zou zijn. Zo leerde ik een andere kant kennen van iemand die mij altijd hielp, die mee wilde denken en in mijn ogen betrouwbaar was.

Na een bitterbal en een glaasje fris (ik moest nog een eindje rijden) nam ik afscheid. Onderweg naar huis liet de receptie en hetgeen ik hoorde, mij niet los. Wat was hier nu aan de hand? Blijkbaar waren er twee werelden, de interne en de externe. Voor de klant was niets te gek en was er sprake van een charmante persoonlijkheid. Intern was zij dus iemand die niet paste binnen het team en koppig en eigengereid tot aan haar pensioen haar eigen werkwijze bleef volgen.

Wat had hier kunnen helpen? Allereerst, iets wat altijd helpt, aandacht voor de betrokken medewerker(s). Aandacht van een leidinggevende die



na de loftrompet stak, maar eigenlijk vooral blij was omdat het einde van haar carrière redelijk schadevrij gehaald was. Een simpele vraag, vanuit verwondering en zonder oordeel. Waarom zij de werkwijze en het nut en de noodzaak van het nieuwe klantsysteem niet begreep.

Wat ook helpt is een team waarin mensen zich raakbaar mogen opstellen en waar ruimte is om ongenoegen te delen, om zo samen tot gedragen oplossingen te komen. En hoe zit het bovenal met de cultuur van de organisatie? Wat gebeurt er met signalen uit de organisatie en wat is daar in een groter geheel van te leren? Is er voldoende aandacht voor de wijze waarop leidinggevenden met medewerkers omgaan? Is er ruimte voor talentontwikkeling van medewerkers? Mogen er fouten gemaakt worden? Hoe stimuleer je de juiste communicatie binnen teams?

Je wilt openheid binnen je organisatie en geen toiletpraat zoals in dit voorbeeld. Heb je als

eindverantwoordelijke zo nu en dan ook een afscheidsreceptie of bijvoorbeeld een jubileum? Kijk dan eens goed om je heen en luister naar wat er tussen de regels gezegd wordt of bezoek even het toilet. Wat valt je op en welke signalen geven je de kriebels?

Wil je hierover sparren dan doen wij dat graag. Samen bespreken we deze signalen en zetten deze in het grotere perspectief van jouw bedrijfsvoering. Vervolgens onderzoeken we welke instrumenten je op het gebied van leiderschap en medewerker ontwikkeling kunt inzetten

Wil je meer weten over onze werkwijze? Bel dan met Debora Holtrop (06-3104 1855) of Ron de Ligt (06-1175 6832) of mail naar info@same-coaching.nl en maak een afspraak om eens vrijblijvend samen de mogelijkheden te verkennen.

www.same-coaching.nl



OBSTACLE RUN BRENGT COLLEGA'S DICHTER BIJ ELKAAR

SAMEN IN DE MODDER

Obstacle runs mogen zich ook bij het bedrijfsleven verheugen in een toenemende populariteit. Niet alleen als uitdagend sportief evenement, ook als manier om de saamhorigheid te versterken. “Het gaat niet om winnen. Je helpt elkaar bij het bedwingen van de obstakels. Dat schept een band.”

40

Het Utrechtse Central Events organiseert breedtesportevenementen. “Denk aan de Giro d’Utrecht, de Utrechtse Fietsvierdaagse en de Freedom Ride,” zegt Nort Hesse, verantwoordelijk voor marketing en communicatie. Het deelnemersaantal varieert tussen de 300 tot 3.000 personen. “Ondanks deze aantallen kenmerken onze evenementen zich door een persoonlijk karakter.”

14E EDITIE

Dat geldt ook voor de Down Under Obstacle Run. In maart 2024 organiseert Central Events de 14e editie van dit event rond de gelijknamige Nieuwegeinse recreatielocatie. Het fenomeen obstacle run ontstond in Engeland. Daar initieerde een voormalige militair een wedstrijd waarbij een stormbaan moest worden bedwongen. Al snel werd het idee opgepikt in de VS en ging van daaruit de hele wereld over.

UITDAGEND PARCOURS

Obstakelruns zijn er in allerlei varianten. “Ze worden steeds bekender. Mensen horen erover en raken enthousiast,” weet Hesse. Begrijpelijk, want het is een bijzondere ervaring. “Niet alleen fysiek, ook mentaal. Door het parcours met water, modder en meer dan vijftieng hindernissen worden deelnemers echt op de proef gesteld. Vorig jaar gingen rond Down Under 2.500 mensen de uitdaging aan.”

IDEALE LOCATIE

Deelnemers aan de Obstacle Run hebben keuze uit drie afstanden: 3, 6 en 9 kilometer. Over een versie van 12 kilometer wordt nagedacht. “De eerste variant is ook prima geschikt voor ouders met kinderen. Bij 9 kilometer is een goede basisconditie vereist.” Down Under is de vaste locatie voor de Obstacle Run. “Het water en de faciliteiten lenen zich bij uitstek voor dit evenement. Er is alle

VEILIGE VACCINPRODUCTIE

Bilthoven Biologicals komt voort uit het RIVM. “In 2012 zijn onze activiteiten verzelfstandigd en werd het bedrijf overgenomen door de Indiase Cyrus Poonawalla Group, de grootste vaccinproducent ter wereld qua volume,” zegt Teunie Westera. “In India mogen geen poliovaccins worden gemaakt. Door de lage vaccinatiegraad en de kwaliteit van de riolering zijn de risico’s te groot. Daarom worden deze vaccins gemaakt in Bilthoven, onder optimale condities. We leveren niet alleen aan India, ook aan organisaties als Unicef en PAHO. Die gebruiken onze vaccins in ontwikkelingslanden.”

ruimte voor een parcours dat elk jaar weer anders is. De bereikbaarheid van Down Under is prima, net als de horecafaciliteiten.”

OBSTAKELS OVERWINNEN

Ook het bedrijfsleven heeft de Obstacle Run ontdekt. “Steeds vaker schrijven groepen medewerkers zich in,” zegt Hesse. “De reacties zijn enthousiast. Collega’s leren elkaar op een heel andere manier kennen.”

Met speciale arrangementen speelt Central Events in op deze doelgroep. “De run op vrijdag leent zich prima voor een gezamenlijke borrel of diner na afloop. En als een bedrijventeam vooraf wil trainen, kunnen we daarvoor schema’s leveren. Zo staat iedereen goed voorbereid aan de start.”

KARTREKKER

Een van de bedrijven die in mei van dit jaar deelnamen aan de Obstacle Run is vaccinproducent Bilthoven Biologicals (zie kader).



Kartrekker was Ivo Granic, als Qualified Person een medewerker die geneesmiddelen mag certificeren. “Ik sport graag en deed al eerder mee aan een Obstacle Run. Een gave ervaring en het leek me leuk om het samen met collega’s mee te maken. Een oproep op intranet leverde achttien deelnemers op. Een mooi aantal voor een eerste keer.” Een gezamenlijke voorbereiding was niet nodig. “De meeste deelnemers waren getrainde hardlopers.”

TEAMPRESTATIE

De Obstacle Run startte rustig, lopend door het weiland. “Is dat alles, denk je in het begin. Dan ga je een bocht om en sta je tot je middel in de modder,” lacht Granic. “Even schrikken, maar superleuk. Ik liep de versie van 9 kilometer. Een paar obstakels vergen best wat kracht maar met een goede basisconditie is het prima te doen. Daar komt bij: het gaat niet om winnen maar om samen de obstakels te bedwingen. Soms denken mensen misschien: dat kan ik niet.

Anderen helpen je er dan overheen. Het is echt een teamprestatie. Je start samen, daarna vormen zich groepjes met hetzelfde tempo. In mijn geval collega’s van een andere afdeling waar ik normaal geen contact mee heb. Er ontstaan verbindingen die zonder dit event nooit tot stand waren gekomen.”

GOED IN JE VEL

Binnen Bilthoven Biologicals is veel aandacht voor sport. “Als mensen lichamelijk fit zijn, heeft dat impact op zowel hun fysieke als mentale gezondheid,” zegt marketing manager Teunie Westera. “En als je goed in je vel zit, functioneer je beter.” Medewerkers kunnen gebruik maken van een sportschool op het terrein van het bedrijf. “Collega’s fietsen samen, er is een volleybalteam en een hardloopteam waar ik zelf ook in zit. Het mooie van de collectieve Obstacle Run is dat het initiatief van de medewerkers zelf komt. Dat stimuleren we graag, ook door een financiële bijdrage voor deelname.” Bilthoven Biologicals droeg ook een steentje bij aan de Special Obstacle Run. “Die wordt georganiseerd voor mensen met een fysieke of mentale handicap. Een prima initiatief. Vrijwilligers vanuit het bedrijf hebben als buddy meegelopen om deelnemers te ondersteunen.”

ERVARINGEN DELEN

De eerste gezamenlijke deelname aan de Obstacle Run smaakt bij Bilthoven Biologicals zeker naar meer. “We hebben onze ervaringen volop gedeeld op het intranet,” zegt Ivo Granic. “Volgend jaar weer, is de gedachte. En dan met een nog grotere groep collega’s. Dat moet zeker lukken.”

De Down Under Obstacle Run 2024 vindt plaats op vrijdag 24 en zondag 26 mei.

Meer informatie op downunderrun.nl






WOOIJSEHOF
uw zakelijke beleving op maat!

VERGADEREN
ONTMOETEN
INSPIREREN
SPARREN
TRAINEN



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 E info@balmedia.com

 **BalMedia**



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 hij 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. 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
 06-29052077

INTERNATIONAAL ONDERNEMEN VRAAGT OM INTERNATIONAAL VERZEKEREN

“Jij kunt verzekeringen in Duitsland regelen?!” Dit is steeds vaker de openingszin die ik te horen krijg wanneer ik namens [internationaalverzekeren.nl](http://www.internationaalverzekeren.nl) de telefoon opneem. Duitsland is onze grootste internationale handelspartner en veel bedrijven opereren inmiddels in Duitsland.

Er zijn veel organisaties die bedrijven helpen in Duitsland te gaan ondernemen. Van Regionale Ontwikkelings Maatschappijen tot Duitsland Desks bij accountants, van de RVO tot commerciële adviesbureaus. Zij ondersteunen op bijna alle gebieden bij het ondernemen in Duitsland. Bijna? Ja, want verzekeren laten ze links liggen. Daar benaderen ze in toenemende mate www.internationaalverzekeren.nl voor. Zowel bedrijven als dienstverleners vinden hier de dos en don'ts van het verzekeren in Duitsland. Onderstaand een aantal voorbeelden.

- Accountant (Duitslanddesk) meldt dat zijn klant geen geld ontvangt voor geleverde zaken omdat er geen aansprakelijkheidsverzekering in Duitsland is afgesloten.
- Nederlands bedrijf belt want het opent een winkel in München en moet deze verzekeren (aansprakelijkheid en brandverzekering).
- Nederlands bedrijf levert voedingsmiddelen aan een grote Duitse afnemer en moet een specifieke Duitse dekking aantonen. Die hadden ze niet in Nederland.
- Adviseur belt dat zijn klant E-scooters heeft geleverd voor verhuur in Duitsland maar deze niet verzekerd krijgt.

Overeenkomst tussen deze bedrijven is dat ze dit niet via hun Nederlandse (verzekerings-)adviseurs kunnen regelen. Al deze vragen hebben we beantwoord en er is gezorgd voor de juiste dekkingen. Een aantal vanuit Nederland, een aantal (samen) met onze Duitse partner.

Veel bedrijven die in het buitenland gaan ondernemen, krijgen vaak geen ondersteuning op het gebied van verzekeren. Het is een niche waar weinig kennis over beschikbaar is. Daarom zijn wij gestart met www.internationaalverzekeren.nl als platform waar deze kennis makkelijk beschikbaar is. Dat hier behoefte aan bestaat, zien we aan het stijgende aantal reacties, downloads en vragen.

Wanneer bedrijven (en steeds meer dienstverleners) bij ons terugkomen met de vraag om ook daadwerkelijk de verzekeringen in het buitenland op een goede manier te regelen, dan doen wij dat graag. In Duitsland, maar ook in vele andere landen.

Misschien bent u de volgende die belt met de opening: “Jij kunt verzekeringen regelen in Duitsland (of in een ander land)?” Wij helpen u graag op weg om uw succes in het buitenland te verzekeren!

Ga eens kijken op de site en volg ons op LinkedIn.

VERLEDEN EN TOEKOMST VERBONDEN

Na de drukbezochte Zomerborrel in juli in Kasteel De Hooge Vuursche slaagde ZO! Utrecht Business er 23 oktober voor de Herfstmeeting opnieuw in om een locatie van allure te vinden: het Utrechtse Grand Hotel Karel V. Vele tientallen ondernemers kwamen naar het luxe vijfsterrenhotel en evenementenlocatie in het centrum van de Domstad. De ZO!-leden breidden onder het genot van een hapje en drankje niet alleen hun netwerk uit, maar ook hun kennis. Want online marketingspecialist Jelte van Echtelt gaf tips en tricks over online marketing.

De aanwezigen waren het er unaniem over eens: zelden borrelden ze in een locatie die zo bol staat van geschiedenis als Karel V aan het Geertebolwerk in Utrecht. 675 jaar geleden, in 1348, gaf de Ridderlijke Duitse Orde opdracht tot de bouw van dit voormalige klooster dat op een paar minuutjes lopen van de Dom ligt. General Manager van Grand Hotel Karel V Leo Hollman kan er met passie over vertellen. Het 14e-eeuwse klooster was ooit de thuisbasis van middeleeuwse ridders, priesters en keizers. Vandaag de dag is het een luxe vijfsterrenhotel en evenementenlocatie in het Utrechtse stadshart. Ook het Restaurant Karel 5 dat met een Michelinster is bekroond, de Bistro Karel 5, een Bar & Lounge plus sfeervolle zalen voor meetings en events zijn aan het Geertebolwerk te vinden.

NIET SMEULEN MAAR VLAMMEN

Het verleden en de toekomst kon niet mooier bijeenkomen dan tijdens de Herfstborrel in Karel V. Jelte van Echtelt van het Utrechtse online marketingbureau LAAIEND nam de gasten mee naar de toekomst van online marketing. Digitale marketing is erg belangrijk binnen de marketingstrategie en wordt door steeds meer bedrijven toegepast. Maar wat is digital marketing precies? En waarom is het onmisbaar voor een bedrijf? Van Echtelt vertelde erover. Hij weet waar hij het over heeft dankzij zijn ruime ervaring bij grote Nederlandse uitgevers als Persgroep en Sanoma|SBS. Ook won hij de Carl Lipp-prijs als mediavertegenwoordiger van het jaar. Onder het motto 'Waarom smeulen als je kunt vlammen?' werkt hij met zijn bureau LAAIEND onder meer voor klanten als de ANWB, Bakker Bart en Amigos.

DISCIPLINES MIXEN

Digitale marketing heeft de kracht om de klant te betrekken, was de stelling van Jelte van Echtelt. "Denk aan sociale media zoals Instagram, Facebook of LinkedIn maar ook SEO - zoekmachine optimalisatie - en SEA - zoekmachine adverteren, email marketing, CRO, affiliate marketing, display advertising en digital branding. Door het mixen van deze disciplines kom je bij de juiste strategie voor ondernemers."



Tekst: Rein de Ruiter Fotografie: Jennifer van Wissing

ALLES IS MEETBAAR

Het fijne aan digitale marketing is dat het meetbaar is, wist de Managing Director van LAAIEND. "Via Google Analytics kunnen wij het gedrag van de bezoekers meten. Hoe wordt er geconverteerd? Wij houden de prestaties nauwlettend in de gaten. Hierdoor kunnen we de kanalen gericht instellen en goed inspelen op de te behalen doelen. Ook kun je gericht communiceren en een specifieke doelgroep instellen om bestaande en nieuwe klanten te targeten. Je wordt tegenwoordig overspoeld met informatie en reclame. Het is belangrijk om daar in uit te springen en op een persoonlijke manier op de doelgroep te richten."

TWEERICHTINGSVERKEER

Met de komst van digitale marketing is er volgens Van Echtelt een nieuwe wereld voor adverteerders ontstaan. "Een laagdrempelige manier om contact op te nemen, een aankoop met een klik op de knop en direct contact met klanten is nu heel eenvoudig. Betrokkenheid is vergroot en daarmee kun je klantloyaliteit opbouwen. Door tweerichtingsverkeer met je klant bouw je een mooie relatie op. Je leert je koopgroep steeds beter kennen en klanten bouwen een band op met het merk. Ook voelen ze zich meer gewaardeerd."





WIM WERKMAN OVER DE ENERGIETRANSITIE IN REGIO FOODVALLEY

‘ALS JE NOOIT VAN MENING VERANDERT, DAN HEB JE NOOIT WAT GELEERD’

Wim Werkman is vicevoorzitter van de Federatie van de Ondernemers (FOV) in de Regio Foodvalley. Als bestuurder zet hij zich namens het georganiseerde bedrijfsleven in de regio vooral in voor het aanjagen van innovatie, het versnellen van de circulaire economie en de energietransitie.

WAAROM MAAKT U ZICH JUIST VOOR DEZE THEMA'S ZO STERK EN DAN SPECIFIEK VOOR DE ENERGIETRANSITIE?

Werkman: "Het zijn bestuurlijk gezien belangrijke thema's in de huidige Strategische Agenda Regio Foodvalley. Belangrijk ook omdat ik ervan overtuigd ben dat het nodig is hierop te versnellen om te komen tot een economisch toekomstbestendige regio. Daarnaast ben ik intrinsiek gemotiveerd omdat heel erg duidelijk is dat een aantal zaken anders moet om een leefbare aarde te houden en dat zijn we met elkaar verplicht aan de volgende generaties. Ik doe het voor mijn kleinkinderen. De ambitie in de Regio Foodvalley is om in 2050 energieneutraal te zijn. Dat wil zeggen dat we evenveel energie opwekken als gebruiken. En op weg daar naartoe moeten we in 2030 al 50% minder CO₂-uitstoot hebben."

U HEEFT NAMENS DE ONDERNEMERS MEEGESCHREVEN AAN DE REGIONALE ENERGIESTRATEGIE (RES 1.0). WAT IS EEN RES EN WAAR HEEFT U NAMENS DE ONDERNEMERS PRECIJS VOOR GETEKEND?

"Allereerst wil ik nog aangeven dat ik ook namens VNO-NCW Midden zitting heb in de Raad van Uitvoering (RvU), samen met de netbeheerders, wethouders van de acht gemeenten, twee gedeputeerden van de provincies, het Waterschap Vallei en Veluwe, de sector woningcorporaties, netbeheerders en de energiecoöperatie Vallei Energie. En niet te vergeten LTO Noord/Vallei. In de regio hebben we een achterban van pakweg achttien MKB-bedrijven. In de RvU nemen we gezamenlijk besluiten over de regionale energietransitie. In Regionale Energie Strategieën (RES) worden veel nationale afspraken uit het Klimaatakkoord in de praktijk gebracht. Dit gebeurt in een landdekkend programma van dertig regio's. Wij zijn de RES Regio Foodvalley. Het doel van de RES is een zorgvuldige ruimtelijke inpassing van hernieuwbare energieopwekking, warmte(rest)bronnen en bijbehorende infrastructuur. In de RES werken overheden met maatschappelijke partners, netbeheerders, het bedrijfsleven en waar mogelijk bewoners, regionaal gedragen keuzes uit. De doelstelling uit het Klimaatakkoord is om in Nederland 35 Terawattuur (TWh) hernieuwbare energie op te wekken in 2030. De RES-regio's hebben met elkaar afgesproken om dat te halen. Dat is een pittige ambitie: 1 TWh staat gelijk aan een miljard kWh (kilowattuur), ofwel aan de opwek van 57 windmolens van 5 MW of 1000 hectare aan zonnepark.

Al in 2019 is begonnen met het opstellen van een startnotitie en dat heeft medio 2021 geleid tot de RES 1.0 Regio Foodvalley. In 2030 willen we op basis van dat plan 0,75 TWh duurzame energie in de regio opwekken met zonnepanelen en windmolens. Er ligt zelfs een ambitie van 1 TWh. In diverse gebieden zoeken gemeenten daarom naar een plek voor nog veertien windmolens. Daarnaast voorziet het plan in pakweg 220 ha. zon op land, 29 ha. op restgronden en rond de 270 ha. zonnepanelen op (bedrijfs)daken. Restgronden zijn bijvoorbeeld stortplaatsen of stroken grond langs wegen en spoorwegen. Daarnaast gaan we voor een energiebesparing van 1,5% per jaar. Al hetgeen we besparen, hoeven we tenslotte niet op te wekken. Het voornemen is om in 2050 zonnepanelen te hebben liggen op bijna alle daarvoor geschikte (bedrijfs)daken."



WAAR STAAN WE NU IN DE REGIO FOODVALLEY ALS HET GAAT OM DE AANLEG VAN ZONNEVELDEN EN HET PLAATSEN VAN ZONNEVELDEN?

"Kijk maar om je heen zou ik zeggen. Er lopen veel procedures en er spelen achterhoedegevechten, maar daar blijft het voornamelijk bij. We liggen niet op koers en ik voorspel dat we onze doelstelling voor 2030 niet gaan halen. Ik mis bij de provincies, maar vooral bij gemeenten het urgentiegevoel, de daadkracht en de slagkracht. En dan te bedenken dat vergunningen voor 1-1-2025 moeten

zijn afgegeven, om de doelstellingen voor 2030 te halen. Vergis je niet: uit de rekenmodellen komt naar voren dat ons stroomverbruik de komende 25 jaar met 400 procent toeneemt. Waar komt die stroom vandaan? Hoe zorgen we ervoor dat het groene stroom is? Het goede nieuws is wel dat in 2022 het gasverbruik, ook bij bedrijven, met zeker 20% is afgenomen. De enorme prijsstijging van energie heeft daarbij geholpen. Verder is het een feit dat onder grote druk vaak de beste innovaties tot stand komen. Door de enorme stijging van de rente zijn inmiddels veel geplande projecten voor windturbines en zonnepanelen financieel niet

meer haalbaar bij de huidige energieprijzen. Het is in die zin vreselijk om te zeggen, maar de elektriciteitsprijs is eigenlijk te laag."

WAT HEEFT U GELEERD IN DE AFGELOPEN PERIODE VAN HET SAMENWERKEN MET DE STAKEHOLDERS EN DAN VOORAL MET DE OVERHEID?

"Het belangrijkste is dat je geduld moet hebben en dat is niet mijn sterkste kant. Het betekent ook dat de tijd verstrijkt en dat er onderweg veel verandert. Er ontstaan andere inzichten en er komen innovaties. Zo zijn er na het tekenen van de RES 1.0 nieuwe verkiezingen geweest voor de gemeenteraad en de provincies. Met als gevolg nieuwe collegeprogramma's en zeker ook een ander beleid t.a.v. de energietransitie. Zo maakt de provincie Gelderland nu een pas op de plaats als het gaat om het

'IK MIS BIJ DE PROVINCIES, MAAR VOORAL BIJ GEMEENTEN HET URGENTIEGEVOEL, DE DAADKRACHT EN DE SLAGKRACHT.'



plaatsen van windturbines en het aanleggen van zonnevelden op landbouwgrond. De provincie maakt ruimte voor onderzoek naar de inzet van kleinere kerncentrales. Ik geef het je op een briefje: de komende vijftien jaar komt er misschien één kerncentrale bij in Nederland. Tegen hoge maatschappelijke kosten. Daar moeten we het in Foodvalley niet direct van hebben.”

WAT HAD U MET DE KENNIS VAN NU IN 2021 ANDERS MOETEN DOEN?

“Een paar wil ik er noemen. Meer benoemen dat 2030 slechts een piketpaaltje is richting het echte doel om in 2050 klimaatneutraal te zijn. Het geeft ruimte om betere instrumenten in te zetten. Innovatie op dit terrein gaat ons helpen. Zo ben ik er inmiddels van overtuigd dat grote en kleine kerncentrales ons op lange termijn echt gaan helpen. Gelukkig ontstaat er in Den Haag ook steeds meer ruimte in die richting. Verder is voor de regio teveel ingezet op zonneparken op landbouwgrond. En die kant moeten we echt niet op. In de Regio Foodvalley hebben we die grond veel meer nodig voor een transitie naar een circulaire landbouw, voor woningbouw en bedrijventerreinen.

Ook zien we, in wat nu nog plannen zijn, weinig energieclusters; dus een enorme versnippering van zonnevelden en windturbines over het gebied. En al helemaal niet nabij de plaatsen waar de energie nodig is: dan doel ik op bedrijventerreinen. Maar gelukkig gaan we aan de slag met een RES 2.0 en dat geeft ruimte voor correcties op basis van ervaringen, nieuwe inzichten en innovaties. Als je nooit van mening verandert, dan heb je nooit wat geleerd, is mijn stelling. Ik heb er zin in.”

ER WORDT VEEL GESPROKEN OVER NETCONGESTIE. WAT IS DAT EN HOE KOMT DAT?

“Het stroomnet loopt op diverse plekken in Nederland en dus ook in de Regio Foodvalley tegen de grenzen aan. Dat zorgt voor toenemende problemen. En dat is des te verve-

lender omdat de energietransitie lekker op stoom begint te komen. Veel bedrijven stappen over op elektriciteit als energiebron. Voor verwarming van het pand, het productieproces en de mobiliteit. We moeten tenslotte van het gas, olie en steenkool af. Maar dit tempo heeft ook een keerzijde. Alhoewel de netbeheerders flink investeren om het net uit te breiden, is het niet genoeg. Het stroomnet moet pakweg verdubbelen om aan de toekomstige vraag te voldoen. Dat betekent een opschaling die nog nooit eerder is vertoond. Naar schatting zijn er in Nederland nu al zesduizend bedrijven die vragen om een aansluiting op het elektriciteitsnet. In de regio Foodvalley zal het om enkele honderden bedrijven gaan. Die bedrijven toegang tot het net geven, gaat jaren duren. Het zal vijf tot tien jaar duren voor er voldoende capaciteit is op het net om alle bedrijven aan te sluiten. Aan de andere kant is er ook nog eens een groeiend probleem voor bedrijven die zelf stroom opwekken. Die opgewekte hebben ze vaak niet allemaal zelf nodig. Wat overblijft, leveren ze terug aan het net. Maar als er veel aanbod van stroom is en weinig vraag, kan het net al die stroom niet verwerken. Dat zorgt soms voor storingen. Als het net overvol is, kunnen de

opwekkers van energie hun stroom niet kwijt. Financieel een enorme strop natuurlijk.”

‘HET STROOMNET LOOPT OP DIVERSE PLEKKEN IN NEDERLAND EN DUS OOK IN DE REGIO FOODVALLEY TEGEN DE GRENZEN AAN. DAT ZORGT VOOR TOENEMENDE PROBLEMEN.’

HOE KOMT HET DAT DE NET-BEHEERDERS TENNET, STEDIN EN ALLIANDER DIT NIET TIJDIG HEBBEN VOORZIEN?

“Dat heb ik me natuurlijk ook wel eens afgevraagd. Tegelijkertijd moeten we ons realiseren dat er in 2021 nog geen sprake was van een oorlog in Oekraïne met als gevolg dat er uit Rusland nu geen gas meer komt. En dan beslissen we in Nederland ook nog eens dat de gaskraan in Groningen binnenkort helemaal dicht gaat. Dat alles brengt bij bedrijven een enorme electri-

ficatie-drang op gang. Het goede nieuws is dat het geld voor die investeringen er wel komt. Het slechte nieuws is dat er onvoldoende technisch personeel is om dit in het gewenste

tempo voor elkaar te krijgen. En dat is niet het enige knelpunt. Ook de procedures en de aanvragen van de benodigde vergunningen vreten tijd. Het duurt zo'n vijf tot zeven jaar om een nieuw verdeelstation te bouwen. De helft gaat op aan procedures en vergunningaanvragen. Ik ben dus gestopt met het neerleggen van de schuld alleen bij de netbeheerders. De centrale overheid heeft ook veel te weinig gestuurd op de noodzaak van het uitbreiden van het energienetwerk. Beter is de werkelijkheid onder ogen te zien en samen aan de slag te gaan. Samen vooruit. De netbeheerders investeren inmiddels ook in onze regio honderden miljoenen om het de komende tien jaar op orde te krijgen."

WAT MOET DE OVERHEID DOEN?

"Naast het feit dat er doorgepakt moet worden op het dossier kernenergie, moeten procedures om te komen tot vergunningen veel sneller doorlopen worden. Gelukkig wordt er flink ingezet op nog veel meer zon op zee, dan in 2021 was voorzien. Alles dat op zee komt, hoeft niet op land. Al langer roep ik dat er geld beschikbaar moet komen om ondernemers te verleiden zo nodig de daken van vaak oudere bedrijfspanden te verzwamen, om ze alsnog geschikt te maken voor zonnepanelen. Verder moeten de obstakels weg om te komen tot veel meer onderlinge uitwisselbaarheid tussen bedrijven van gegevens en duurzame opgewekte energie. Het is toch te gek voor woorden dat concurrentieregeling zegt dat bedrijven het energieverbruik van elkaar niet mogen weten. Gek is ook dat je als bedrijf het terugleveren altijd moet doen aan jouw eigen energieleverancier en die bepaalt ook nog eens de prijs die je dan krijgt. Dit moet anders. In dat verband wordt steeds vaker gesproken over Smart Energy Hubs en daar ben ik een enorme voorstander van."



'IK BEN KRITISCH RICHTING DE OVERHEID, MAAR TEGELIJKERTIJD HEBBEN ALLE PARTIJEN ELKAAR HEEL ERG NODIG OM DE ENERGIETRANSITIE IN DE JUISTE RICHTING TE KRIJGEN. SAMEN VOORUIT.'

Gemeenten moeten daarnaast wat mij betreft veel nadrukkelijker handhaven op bijv. het punt van het bezit van minimaal energielabel C voor kantoorpanden van minimaal 100 vierkante meter. En er moeten een zwaar adviestraject aan toevoegen om te investeren in de verduurzaming van het pand om in 2030 minimaal een energielabel A te hebben. Meer subsidiering van de energiebesparingscan zou ook helpen.

Provincies en gemeenten hebben vanuit het Nationaal Klimaatakkoord op het gebied van de energietransitie een taak en een opdracht, terwijl ondernemers slechts een taak hebben. Ik zou graag zien dat het bewustzijn van die opdracht meer zichtbaar wordt. Ondernemers die willen wel. Naast het toenemende duurzaamheidsdenken, zijn het vooral de bedrijfs-economische motieven die de ondernemer aanzet tot actie. Gewoon de businesscase maken. Maar ze moeten daar wel bij geholpen worden met advies en geld in termen van financieringen, subsidies en fiscale constructies"

WAT WORDT VOLGENS U HET ENERGIESTYEM VAN DE TOEKOMST?

"Door lokale opwek en verbruik meer te koppelen, krijgen we een energiesysteem dat minder afhankelijk is van het energienet. Lokale opwek is een cruciale bouwsteen in het energiesysteem van morgen. Dat kan gaan tot op het niveau van een bedrijventerrein. Flexibeler, slimmer en lokaler."

U BENT NOGAL KRITISCH RICHTING HET OPENBAAR BESTUUR, MAAR WAT DOET HET BEDRIJFSLEVEN OM VAN DE ENERGIETRANSITIE IN DE REGIO EEN SUCCES TE MAKEN?

"We hebben in de regio zwaar ingezet op zon op bedrijfsdaken. In de huidige RES-plannen voor de regio komt maar liefst 42 % van de duurzaam opgewekte elektriciteit van zonnepanelen op (bedrijfs)daken. Zoveel zien we nergens in Nederland. We maken daarmee dubbel gebruik van de beschikbare daken. En opwekking vindt plaats dichtbij de locatie waar het nodig is. En het allerbelangrijkste voor ondernemers is gewoon de bedrijfsecono-

mische afweging. Maar zoals ik hiervoor al aangegeven heb, is de netcongesties natuurlijk een enorme spelbreker. Onder grote druk worden ondernemers echter altijd vindingrijk. Zo worden inmiddels de eerste opslagsystemen in de vorm van enorme batterijen geplaatst. Isoleren wordt de normaalste zaak van de wereld. Waterstof wordt nadrukkelijker onderdeel van de energietransitie; het gasnetwerk wordt daar al op aangepast. En nogmaals wil ik benadrukken dat de overheid ondernemers moet faciliteren om de daken van hun bedrijven vol te leggen met zonnepanelen.

In dat verband is het mooi te kunnen noemen dat in dit najaar het zonnepark Branderwal in Kootwijkerbroek operationeel wordt. Met een omvang van 27 Megawatt levert het duurzame energie aan pakweg zeventienduizend huishoudens. Maar nu kan er binnenkort bij wijze van proef op kleine schaal ook waterstof gemaakt worden. De vergunning voor de elektrolyser is ook aangevraagd. De waterstof gaat in een tank. Je kunt er vervolgens vrachtwagens mee laten rijden, maar de stroom kan ook worden opgeslagen als het stroomnet vol is.

Verder wordt er gewerkt aan een Energie Transitie Academy Regio Foodvalley met als inzet bestaande medewerkers in de installatiebranches en ook nieuwe medewerkers opleiden voor een versnelling van de energietransitie in de regio. Vanuit de ondernemersgeleding in de regio hebben we het afgelopen jaar tot twee keer toe geprobeerd een Energie Expertisecentrum voor bedrijven te ontwikkelen om de energietransitie in de regio te faciliteren. Dat is helaas mislukt. Ik ervaar dat nog steeds als een gemiste kans. Daarom hebben de bedrijvenkringen in de regio, samen met VNO-NCW Midden en LTO Noord/de Vallei dit voorjaar het initiatief genomen voor een Regionaal Energieteam Bedrijven (REB). Vooralnsog is het een pilot, die op 1 september jl. is gestart. Heel graag vertellen we daarover veel meer in de volgende editie En ja. ik ben kritisch richting de overheid, maar tegelijkertijd hebben alle partijen elkaar heel erg nodig om de energietransitie in de juiste richting te krijgen. Samen vooruit."



Foto: Annemieke van der Togt

DIEUWERTJE DREXHAGE WINT ALBERT SCHWEITZER PRIJS

Het Nederlands Albert Schweitzer Fonds reikt jaarlijks de Albert Schweitzer Prijs uit. De stichting stimuleert hiermee jongeren met een medische of technische opleiding om te komen met slimme en innovatieve ideeën ter verbetering van de gezondheidszorg in Sub Sahara Afrika.

De vakjury onder voorzitterschap van Marion Koopmans moest een keuze maken uit drie finalisten: Samen Sterk (familieparticipatie in Ghanese Ziekenhuiszorg) van Jim Determeijer, Mothers On the Move (gezonde zwangerschap en bevalling in Kenia) van Jolene Damoiseaux en een veilige bevalling met een gebruiksvriendelijke herbruikbare vacuümpomp van Dieuwertje Drexhage.

Na een pitch tijdens de finale in het AFAS-hoofdkantoor in Leusden werd laatstgenoemde finalist tot winnaar gekozen. Drexhage mag zich Gezondheidspionier van het jaar noemen. Aan de Albert Schweitzer Prijs is een geldbedrag van € 7.500 verbonden voor uitvoering van het winnende project.

NIEUWE BEHOEFTE- RAMING KANTOREN EN BEDRIJVENTERREINEN

Iedere vier jaar onderzoekt de provincie Utrecht of genoeg ruimte is voor vestiging en groei. Uit de nieuwe behoefte-raming blijkt dat de bedrijventerreinenmarkt krap is met weinig direct beschikbaar aanbod. De leegstand is gemiddeld 2 procent waar 5 procent als gezonde frictie-leegstand wordt gezien. Afhankelijk van het economische groeiscenario moet tot 2030 rekening worden gehouden met een tekort van 90 tot 230 hectare bedrijventerrein.

Bij kantoren is op de meeste locaties sprake van een klein overschot. Alleen op enkele moderne, toekomstbestendige kantoorlocaties zoals bij knooppunten is wel vraag om uit te breiden. Op regionaal niveau varieert de situatie van 'gezond' (in het UTO-gebied) tot een hoger dan gezonde leegstand in regio Amersfoort en Foodvalley.

Waar in de provincie nieuwe vestigingslocaties komen, wordt later samen met gemeenten bepaald in het provinciaal programma wonen en werken. "Daarom is het belangrijk om goed te weten of er genoeg ruimte is voor ondernemers om te groeien," zegt André van Schie, gedeputeerde Economie. "De behoefte-raming voorspelt de toekomstige marktvaart vanuit het bedrijfsleven zo goed mogelijk. Op basis hiervan kunnen we gericht ons beleid aanpassen."

RAAD VAN ADVIES ONDERSTEUNT BIJ GEZONDE GROEI

Als een ondernemer succesvol wil zijn, is het van belang gezond te groeien. Dit kan door gebruik te maken van een Raad van Advies (RvA).

Dit is een groep professionals met kennis, kunde en ervaringen die ondernemers van persoonlijk advies en begeleiding voorzien. Geen toezichhoudende RvC maar een adviesorgaan, waarbij ondernemers profiteren van de expertise en het netwerk van de leden. Die geven inzichten, strategische adviezen en helpen bij het nemen van cruciale beslissingen.

"Van ondernemers die er al mee werken hoor ik regelmatig: gun jezelf een Raad van Advies," zegt Jan-Willem Onink van CEO Capabel. Dit bedrijf helpt bij het samenstellen van de juiste RvA en het opzetten van een effectieve structuur en werkwijze. "Bij het selecteren is het belangrijk te letten op de specifieke behoeften en doelen van het bedrijf. Welke expertise wordt gemist binnen het huidige team? Dan kan gezocht worden naar een RvA die deze lacunes opvult. Daarnaast is het van belang dat er een goede chemie is tussen de ondernemer en de RvA, zodat open wordt gecommuniceerd en vertrouwen de basis is."



FOLKERS

TOEGANGSTECHNIEK

Folkers Toegangstechniek ontwerpt, levert, monteert en beheert innovatieve oplossingen op het gebied van (prefab) draai- en schuifpoorten, slagboominstallaties, bollards (wegzinkbare palen), speedgates, toegangscontrole, (video) intercom en CCTV (camera) installaties.

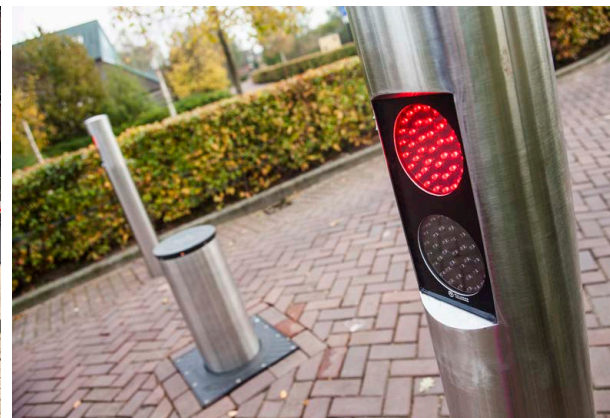
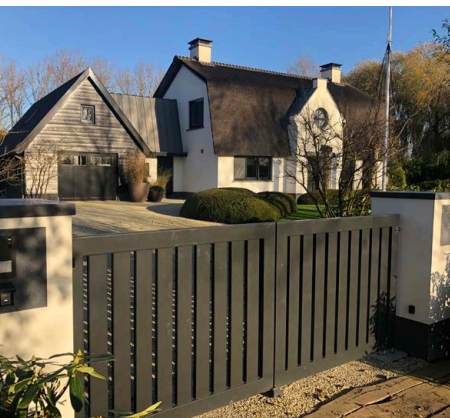
De grote inzet en flexibiliteit, de teamgeest in combinatie met de uitgebreide kennis van de componenten staan aan de grondslag van ons succes. Al bijna 20 jaar doen wij dit met passie in een team van leveranciers, opdrachtgevers en onze eigen mensen. Dat voelt je, dat merk je.

Wij informeren adviseurs, architecten en eindgebruikers over onze producten en systemen. Wij zijn werkzaam in Nederland en België. Installateurs, overheidsinstellingen, bedrijven en particulieren behoren tot onze klantenkring.

Mogen we u binnenkort ook verwelkomen?



51



Onze gespecialiseerde medewerkers staan graag voor u klaar

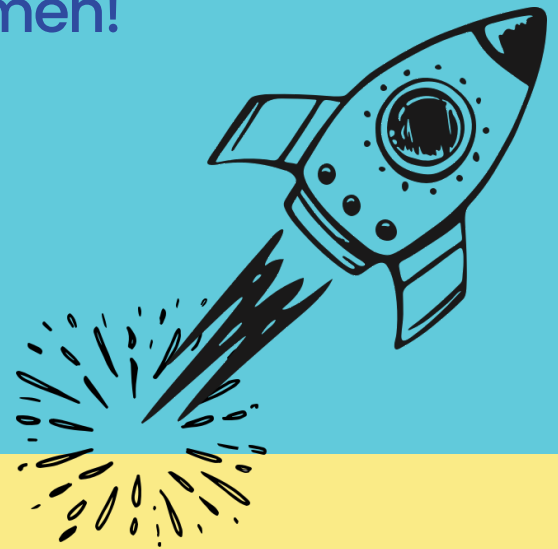
Telefoonnummer: 033 24 66 438
Email: info@folkers-tt.nl

Zeilmaker 2
3861 SM NIJKERK



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 www.laaiend.nl

» LAAIEND