

UTRECHT

www.utrechtbusiness.nl | Jaargang 38 | nummer 4 | November 2024

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE REGIO UTRECHT



**REGIO UTRECHT TIMMERT INTERNATIONAAL AAN DE WEG
"PODIUM VOOR HEART OF HEALTH"**

ENERGIETRANSITIE IS MEER DAN EEN TECHNISCHE OPGAVE

INNOVATIE EN UTRECHT KOMEN SAMEN IN CROSSROADS



ONZE BANK
OOK VAN UTRECHTSE
ONDERNEMERS DIE  DE
FLOW WILLEN VASTHOUDEN



LICHTEND VOORBEELD

Utrecht werd vorig jaar uitgeroepen tot Europa's meest competitieve regio. In 2024 volgde erkenning als Regional Innovation Valley. De Europese Commissie kent deze status toe aan koplopers op het gebied van gezondheidsinnovatie.

De topositie van deze regio is echter allesbehalve vanzelfsprekend, weet Sharon Dijkma. "Ontwikkelingen om ons heen versnellen, andere gebieden timmeren aan de weg," aldus de Utrechtse burgemeester en EBU-voorzitter. Stilstand is achteruitgang. "Daarom moeten regio en stad het gezamenlijke verhaal telkens weer uitdragen." Intern en extern. In Nederland en internationaal, zoals tijdens een recent bezoek van een regionale delegatie aan München.

Rode draad in het Utrechtse verhaal is Heart of Health. Dit begrip refereert aan een samenleving waar gezondheid van mens en leefomgeving centraal staan. "Utrecht loopt op dit gebied voorop," stelt Dijkma. "Hier ontwikkelen we op lokaal niveau oplossingen voor wereldproblemen – en dus met internationale potentie."

Het regionale profiel trekt de aandacht, bijvoorbeeld van CNN. Het programma van de Amerikaanse zender bleek ideale Utrecht-promotie. "Centrale boodschap: als je wilt ervaren hoe de stad en regio van de toekomst eruit zien, moet je in Utrecht zijn." Sommige inwoners realiseren zich dat, ziet de burgemeester. "Maar een aanzienlijk deel koestert vooral het kleinschalige karakter. Bij de trots op hun stad zijn ze terughoudender dan Amsterdammers of iemand uit Maastricht."

De Domtoren – hét symbool van Utrecht – was ruim vijf jaar aan het oog onttrokken. Naarmate de restauratie vorderde en de steigers zakten, beseften Utrechters wat ze gemist hadden. "Eens te meer bleek hoeveel de Dom betekent voor de inwoners en voor de stad," zegt manager Domtoren Teun Bonenkamp. Toen de toren werd omgetoverd tot tijdelijke tattooostudio lieten ruim 250 mensen een Dom-tatoeage zetten. "Hun trots op Utrecht bleek de belangrijkste drijfveer."

Natuurlijk, een ultiem icoon als de Domtoren is geen eerlijke concurrentie. Maar is er alle reden om ook trots te zijn op de regio als Heart of Health. Iedereen profiteert van groei op goede gronden. Inwoners en ondernemers hebben baat bij een gezonde leefomgeving en een bloeiende economie.

Cruciaal voor dat besef is wel dat zij zich verbonden voelen bij de keuzes en de focus van de regio. Daarom moeten stakeholders het verhaal van Heart of Health ook intern blijven vertellen. Wordt daarbij de juiste snaar geraakt, dan ligt trots binnen handbereik. Met de Dom als lichtend voorbeeld.

Hans Hajée



4

6	Regio Utrecht timmert internationaal aan de weg
14	Levenslang krijgt nieuwe lading bij herontwikkeling Wolvenplein
16	Innovatie en Utrecht komen samen in Crossroads
19	Ontslag op staande voet wegens meenemen van bedrijfsbestanden toegestaan?
23	Maartje Koppen in gesprek met Pedro van Helden
24	Energietransitie meer dan een technische opgave
28	Nooit te oud om te leren, nooit te jong om te inspireren bij IGNE
30	Internationaal profileren = lokaal profiteren
32	Vernieuwde Domtoren straalt als nooit tevoren
36	Zo overtuig je klanten op LinkedIn
39	Column Geraldine Septer (The LiveLab Company)
40	Uitbreiding hoogspanningsstation Breukelen versneld
41	Van certificering tot optimalisering
42	Herfstborrel ZO! Utrecht Business: netwerken op niveau in de Domtoren
45	Aanbevelingswaardig voor je netwerk?
46	Metamorfose voor Galgenwaard
50	Column MKB Partner & Advies
51	Lagant Groep: verandering moet vanuit de eigen organisatie komen
54	Schuiteman Family Services: een geruststellende gedachte
58	Verhaaltje van NonVerbaaltje



Zakenmagazine voor ondernemers
en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 38

November 2024, 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
Robin van Iersel

COVERFOTO

Leonard Walpot

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
abonnementen@utrechtbusiness.nl

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

COPYRIGHTS

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

www.utrechtbusiness.nl



REGIO UTRECHT TIMMERT INTERNATIONAAL AAN DE WEG

“PODIUM VOOR HEART OF HEALTH”

Utrecht profileert zich nadrukkelijk als regio waar de gezondheid van mens en leefomgeving centraal staan. Heart of Health fungeert als label om dit onderscheidende kenmerk voor het voetlicht te brengen. “Stilstand is achteruitgang,” weet EBU-voorzitter Sharon Dijksma. “Daarom moeten we ons gezamenlijke verhaal blijven vertellen.” Dat gebeurt in binnen- en buitenland, onder meer tijdens het bezoek van een regionale delegatie aan München in oktober 2024.



“Een aansprekend profiel is een voorwaarde om de regio Utrecht succesvol uit te kunnen dragen,” weet Sharon Dijkma. De burgemeester van Utrecht is voorzitter van de Economic Board Utrecht (EBU). Dit topnetwerk van de triple helix – bedrijfsleven, onderwijs en overheid – is de drijvende kracht achter Heart of Health. “Met dit label maken we gebruik van het langjarige draagvlak in de regio voor het thema gezond stedelijk leven. Het omschrijft waar Utrecht goed in is, maar er is meer focus nodig als we nu en in de toekomst de juiste investeringen, bedrijven en talent naar Utrecht willen halen.”

DOOR EEN TRECHTER

EBU-directeur Michiel Dijkman: “Uit onderzoek blijkt dat de identiteit van de regio een zetje nodig heeft. Heart of Health zorgt daarvoor. Het profiel sluit aan bij de drie sterke economische clusters: gezondheid, duurzaamheid en digitalisering.” Het laten landen van de regio als Heart of Health vergt een lange adem. “Zoiets moet groeien,” weet Dijkma. “Je moet als het ware samen door een trechter. Dat heeft goed uitgepakt. Veel bedrijven herkennen zich in de gezamenlijke agenda en ons verhaal krijgt steeds meer tractie.” Heart of Health refereert aan de regio als samenleving waar de gezondheid van mens en leefomgeving centraal staan. “Utrecht loopt op dit gebied voorop. Hier ontwikkelen we op lokaal niveau oplossingen voor wereldproblemen – en dus met internationale potentie.”

ORGANOIDS

Ultiem voorbeeld is de ontdekking van Hans Clevers. Aan het Utrechtse Hubrecht Instituut ontwikkelde hij een manier om stamcellen buiten het lichaam te laten uitgroeien tot mini-organen. Met deze *organoids* kan onderzocht worden welk geneesmiddel het beste werkt voor individuele patiënten. Een baanbrekende vondst. Niet voor niets wordt Clevers al jaren genoemd als kandidaat voor de Nobelprijs. “Het UMC Utrecht gebruikt de organoids bij het onderzoek naar kanker. Tijdens een recent bezoek van een delegatie Kamerleden plaatste het ziekenhuis die activiteiten in het brede kader van Heart of Health. Zo wordt ons merk steeds verder geladen. De EBU heeft hierbij de rol van stimulator en regisseur. Michiel en zijn mensen werken daar hard aan.”

MEEST GEZONDE WIJK

De gezamenlijke focus levert kansrijke verbindingen op. “EBU-lid Onno Dwars is CEO van Ballast Nedam. Met dit bedrijf is hij betrokken bij de ontwikkeling van het Cartesiusgebied. Dit moet de gezondste wijk van Nederland worden, waardoor mensen die er wonen langer leven. Zo’n claim moet gevalideerd worden. Daarvoor is samenwerking gezocht met het UMC Utrecht via EBU-lid Margriet Schneider, destijds CEO van het ziekenhuis. Ook de Hogeschool Utrecht werkt

hieraan mee. Zonder onze collectieve focus was deze verbinding waarschijnlijk nooit tot stand gekomen. Een aansprekend voorbeeld dat de potentie van Heart of Health onderstreept.”

INTERNATIONALE PROEFTUIN

De samenwerking krijgt ook een internationale dimensie. “Tijdens een bezoek van een regionale vertegenwoordiging aan Kopenhagen in 2023 is contact gelegd met de Wereldgezondheidsorganisatie van de VN, de WHO,” zegt Dijkman. “Dit leidde ertoe dat Cartesius wereldwijd een van de tien proeftuinen is waar de WHO de invloed van de leefomgeving op gezondheid onderzoekt. Dit is bij uitstek een ‘export-product’ dat de regio op de kaart zet als internationale gezondheidsmetropool.”

VERDIENVERMOGEN

Buitenlandse reizen zijn een belangrijke manier om Heart of Health voor het voetlicht te brengen. De afgelopen jaren brachten Utrechtse delegaties naast Kopenhagen ook een bezoek aan San Francisco, Noordrijn-Westfalen en München. “Bij de selectie van een bestemming kijken we goed naar het verdienvermogen; waar zien regionale bedrijven groeikansen? Uit onderzoek blijkt dat Duitsland hoog scoort, net als Groot-Brittannië en de Scandinavische landen.”

FIETS ALS LINKING PIN

Ook de ambities van een bestemming spelen een rol bij de keuze, stelt burgemeester Dijkma. “Bij een bezoek aan San Francisco maakte de Utrechtse vertegenwoordiging deel uit van een Nederlandse delegatie met koningin Máxima als boegbeeld. Centraal thema was stedelijke mobiliteit. San Francisco heeft wereldwijd aanzien als economische metropool. De lokale overheid wil het autogebruik beperken

TOPNETWERK

De Economic Board Utrecht is een topnetwerk van bestuurders uit bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Boardleden nemen deel op persoonlijke titel. Gezamenlijk doel is om de regionale economie toekomstgericht en duurzaam te versterken. Daartoe zetten de leden hun netwerk, lobby- en denkkraacht in. Zij brengen de regionale boodschap voor het voetlicht, bijvoorbeeld in Den Haag en Brussel. Ook helpen leden om Utrecht internationaal in de etalage te zetten.

Sinds begin 2024 is er ook een Young Economic Board. Daar denken twintigers en dertigers mee over de toekomst van de regio. Dijkman: “Deze jongere, ondernemende generatie prikkelt ons en doorbreekt de bestuurlijke bubbel.”

door in te zetten op andere vormen van vervoer. Als het gaat om fietsgebruik lopen stad en regio Utrecht voorop. Dit was de *linking pin* tijdens het bezoek met vanuit onze regio een compleet ecosysteem: een fietsfabrikant, bouwers van ondergrondse parkeergarages en experts op het gebied van fietsinfrastructuur. Daarmee heeft Utrecht zeker impact kunnen maken. Er zijn contracten getekend en waardevolle contacten gelegd.”

GEZOND BRUTAAL

Met dank aan een gezonde dosis brutaliteit. “London Breed, de burgemeester van San Francisco had al een bezoek aan Nederland gepland. Tijdens een speech in aanwezigheid van de koningin nodigde ik mijn collega uit om daarbij ook Utrecht aan te doen. De burgemeester zegde publiekelijk toe en was onder de indruk van onze kenmerken als fietsstad en -regio. Wel leverde het bezoek wat bange momenten op; de fietsvaardigheid van Amerikanen bleek voor verbetering vatbaar.”

VEEL ANIMO

In oktober 2024 bracht een Utrechtse delegatie een bezoek aan München. “Als staatssecretaris van EZ leidde ik eerder een handelsmissie naar Beieren. Een econo-

24 UUR IN DE BUS

Naast de externe impact was het regionale bezoek aan München ook intern waardevol, constateert Sharon Dijkma. “De busreis duurde twee keer twaalf uur. Normaal lopen agenda’s over, nu was er volop tijd om elkaar te spreken en beter te leren kennen. In de bus zijn de saamhorigheid en het netwerk verder versterkt.”

misch krachtige regio die veel raakvlakken heeft met Utrecht.”

Het animo voor deelname was aanzienlijk, stelt Dijkman. “De 23 personen vormden een mooie mix van zowel EBU-leden als vertegenwoordigers van start- en scale-ups vanuit ROM Utrecht Region. Ook enkele leden van de Young Economic Board reisden mee naar München.”

VOL PROGRAMMA

Daar wachtte een vol programma met onder meer een bezoek aan Munich Urban Colab, een innovatie-ecosysteem voor jonge bedrijven. Ook maakten Utrechtse bezoekers kennis met de Bayernkazerne. In dit circulaire herontwikkelingsproject zullen uiteindelijk 15.000 inwoners een plek vinden. Verder waren er bezoeken aan Media Lab Bayern – een campus die veel raakvlakken heeft met Hilversum – en aan

Vaeridion. Dit bedrijf met Nederlandse roots ontwikkelt een baanbrekende innovatie in de elektrische luchtvaart en opende een productiefaciliteit in München.

5 MILJARD EURO

De link met Heart of Health was nadrukkelijk aanwezig bij het Helmholtz Instituut. “Met een funding van 5 miljard euro door de Duitse federale overheid brengt dit instituut de relatie van gezondheid en leefomgeving over een periode van 100 jaar in kaart,” vertelt Dijkman. “Via hoogleraar Roel Vermeulen werkt Universiteit Utrecht samen met het Helmholtz Instituut. Het UMC en het Prinses Máxima Centrum hebben interesse om die samenwerking uit te breiden op het eerdergenoemde thema organoids. Begin 2025 brengt een Duitse delegatie een tegenbezoek.”



Sharon Dijkma: “Stilstand is achteruitgang. Daarom moeten we het gezamenlijke verhaal blijven uitdragen.”



Michiel Dijkman: "Als inkomende locatie voor bezoeken zijn stad en regio Utrecht steeds populairder."

AWARD EN NIEUWE LEDEN

In München sloot de Utrechtse afvaardiging aan bij het bezoek van Holland Metropole, een netwerk van de vijf grote gemeenten en vastgoedpartijen. Gelijktijdig vond de Expo Real plaats, een van de belangrijkste internationale vastgoedbeurzen. "Tijdens het Utrecht Diner van Holland Metropole heeft de ROM nieuwe leden geworven voor het DigiC-netwerk dat werkt aan circulair bouwen in onze regio. En bij de Expo Real haalde Young EBU-lid Gert van Vugt met zijn bedrijf Sustainer een award binnen op het thema construction tech."

TWEERICHTINGSVERKEER

Het profiel van Hearth of Health gedijt bij tweerichtingsverkeer. "Als inkomende locatie voor bezoeken zijn stad en regio steeds populairder. Daarbij speelt zeker een rol dat Utrecht in 2023 is uitgeroepen tot Europa's meest competitieve regio. Erkenning als Regional Innovation Valley in juni van dit jaar versterkt onze aantrekkingskracht verder. De Europese Commissie kent deze status toe aan koplopers op het gebied van gezondheidsinnovatie."

"DE TOPPOSITIE VAN DEZE REGIO IS ALLESBEHALVE VANZELFSPREKEND."

CNN

Buitenlandse bezoekers zijn geïnteresseerd in het onderzoek en de bedrijvigheid op het Utrecht Science Park. "Ook de grootste fietsparkeergarage ter wereld trekt de aandacht, net als het herstel van de singel," weet burgemeester Dijkma. Deze en andere items kwamen aan bod tijdens een uitzending van het Amerikaanse CNN. "Daarin wordt Utrecht geportretteerd als toonbeeld van een duurzame leefomgeving. Sommigen denken dat het een betaald item was, maar niets is minder waar." Ideale Utrecht-promotie is het zeker. "De beelden laten zien hoe hier wordt geïnvesteerd in alle aspecten van een gezonde samenleving. Centrale boodschap: als je wilt ervaren hoe de stad en regio van de toekomst eruit zien, moet je in Utrecht zijn."

Realiseren de inwoners zich dat? "Sommige mensen wel, maar een aanzienlijk deel koestert vooral het kleinschalige karakter van Utrecht. Bij de trots op hun stad zijn ze terughoudender dan Amsterdammers of iemand uit Maastricht."

DEUREN OPENEN

Terughoudend is Dijkma zeker niet. De burgemeester krijgt waardering voor haar gedreven inzet om Utrecht verder te brengen. "Vroeger was de gedachte wel: als je hier een bezemsteel in de grond stopt, wordt het vanzelf een prachtige boom. Maar de toppositie van deze regio is allesbehalve vanzelfsprekend. Ontwikkelingen om ons heen versnellen, andere gebieden timmeren aan de weg. Stilstand is achteruitgang. Daarom moeten we het gezamenlijke verhaal telkens weer uitdragen; intern en extern, in Nederland en internationaal. Door mijn functie kan ik deuren openen en krijg ik een podium om onze sterke punten te benadrukken. Daar maak ik graag gebruik van."



Burgemeester Sjors Fröhlich van Vijfheerenlanden feliciteert directeur Robbert Jan Dekker (foto: Koninklijke Dekker).



Foto: Provincie Utrecht

BURGEMEESTER FRÖHLICH OPENT MEGABATTERIJPARK IN VIANEN

10

Koninklijke Dekker is een mega-batterijpark rijker. Burgemeester Sjors Fröhlich van Vijfheerenlanden verricht de opening van deze duurzame voorziening. Hout- en composietproducent Koninklijke Dekker heeft in Vianen een ruimte ingericht met twaalf megabatterijen. Hiermee wordt de energie van ruim 40.000 zonnepanelen opgeslagen die op verschillende panden van het houtbedrijf liggen. Met deze opwek worden zo'n 8.000 regionale huishoudens van stroom voorzien. Ook helpt Dekker de netbeheerder om netcongestie te voorkomen.

Met het batterijpark wordt dagelijks ingespeeld op de behoefte. Dat gebeurt door stroom op te slaan als er door de opwek van zon en wind te veel energie is. Bij grote vraag of een dreigend tekort wordt het net juist van stroom voorzien. Voor een optimale prijsbepaling maakt Dekker gebruik van kunstmatige intelligentie; algoritmes houden rekening met het weer, de energiemarkt en veranderende prijzen.

Burgemeester Fröhlich is blij met de komst van het batterijpark in zijn gemeente. "In Vijfheerenlanden vinden we duurzaamheid erg belangrijk. Daarom is de komst van het batterijpark goed nieuws. Dat maakt het mogelijk om duurzaam opgewekte elektrische energie van zonnepanelen en windturbines te gebruiken als dat nodig is en het gaat netcongestie tegen. Ik ben er trots op dat er in Vijfheerenlanden ondernemers zijn die op deze manier bijdragen aan een duurzame economie."

AL 25.000 BROODJES UTRECHT

Broodje Utrecht bestaat volledig uit lokale producten van natuurlijke landbouw. Het broodje werd in maart 2024 gelanceerd door de provincie Utrecht, MVO Nederland, Eric van Veluwen en Lokalist. Sindsdien gingen er al 25.000 over de toonbank in bedrijfsrestaurants van onder meer NS, Jaarbeurs en provincie Utrecht. Het broodje is een uitkomst van het convenant 'Samen Eten We Utrecht Mooier' waarin bijna twintig Utrechtse organisaties zich inzetten voor lokaal en duurzaam voedsel.

Met Broodje Utrecht komen de initiatiefnemers tegevoet aan de uitdagingen in de landbouw: boeren die willen investeren in duurzamer ondernemen, kunnen dat alleen als op lange termijn afzet is gegarandeerd. "Als provincie stimuleren wij het eten uit de korte keten," zegt gedeputeerde Mirjam Sterk. "Dat is niet alleen duurzaam en gezond, het draagt ook bij aan het verdienmodel van Utrechtse agrariërs."

Voedselinkopende bedrijven die willen bijdragen aan de natuur vinden het lastig om dat concreet te maken. Sterk: "Met dit broodje brengen we bedrijven, cateraars en voedselproducenten uit de provincie bij elkaar en stimuleren de samenwerking. Gezamenlijk zetten we stappen richting de gewenste landbouw- en voedseltransitie."

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 bouwrijstelling 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



Onze adviseurs luisteren ook naar wat er niet gezegd wordt.

Het bijzondere van een familiebedrijf is dat zakelijke belangen met privélevens kruisen. Maar deze kracht is ook meteen de grootste valkuil. Om samen verder te komen kunnen onze objectieve specialisten het verschil maken. Vanuit een vertrouwensband begrijpen zij ook wat er niet gezegd wordt. Opvolging, eigenaarschap, duurzaamheid en vermogen. Stuk voor stuk belangrijke onderwerpen voor uw familiebedrijf. Want een familiebedrijf gaat niet alleen maar over zaken. Scan de QR-code voor meer informatie.

www.gt.nl/familiebedrijven





Foto: Stichting Utrecht Science Park



Foto: Provincie Utrecht

TEAM UTRECHT OOST WINT SUSTAINABLE CITY CHALLENGE

Tijdens de Sustainable City Challenge werden studententeams uitgedaagd om creatieve ideeën te bedenken voor een duurzamer Utrecht. Deze vijfdaagse pressurecooker was onderdeel van de Utrecht Science Week die dit jaar plaatsvond van 27 september t/m 6 oktober.

De Sustainable City Challenge vond plaats in verschillende Utrechtse wijken. Daar werkten zo'n honderd (deels internationale) studenten van ROC Midden Nederland, Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en Hogeschool Utrecht in gemengde teams aan vijf duurzame thema's: klimaatadaptatie, actieve mobiliteit, communityvorming, (mentaal) welzijn en circulariteit.

Vijf finalistenteams presenteerden hun innovatieve plannen. Winnaar werd Team Utrecht Oost met een idee over Green Corridors rondom stadion Galgenwaard. Het concept bestaat uit beplante tunnels die bezoekers van en naar het stadion loodsen. Daaromheen kunnen groene gemeenschappelijk gebieden worden gecreëerd voor inwoners. De winnende groep kreeg de prijs uitgereikt uit handen van André van Schie (gedeputeerde provincie Utrecht) en Jan Henk van der Velden, directeur-bestuurder van Stichting Utrecht Science Park.

AANVULLENDE PLANNEN WINDENERGIE NODIG

In de Regionale Energiestrategieën (RES-en) hebben provincie, gemeenten en waterschappen gezamenlijk afgesproken dat in 2030 2,4 terawattuur duurzame energie wordt opgewekt in de provincie Utrecht.

Veel gemeenten zijn al ver met plannen voor wind- of zonne-energie. Toch is meer nodig. Daarom gaat de provincie in sommige gemeenten helpen of zelf aan de slag om windenergie mogelijk te maken. Hoe dat proces in elkaar zit, werd verduidelijkt tijdens drie informatiebijeenkomsten in november. Aanwezigen kregen er informatie over het proces, al genomen besluiten, de verwachte timing van volgende besluiten en de inspraakmogelijkheden.

Eind 2024 of begin 2025 besluit de provincie waar zij aanvullende windplannen mogelijk gaat maken. Dit gebeurt binnen één of meer van de 27 meest kansrijke gebieden die in januari 2024 zijn vastgesteld. Wanneer specifieke locaties bekend zijn waar de provincie aan de slag gaat, volgen nieuwe informatiebijeenkomsten. Gemeenten die projecten starten, informeren zelf omwonenden en belanghebbenden.

13

NICO PADDING NIEUWE CFO VAN AMAC

Nico Padding is de nieuwe financieel directeur van Apple-specialist Amac. De Utrechter is als CFO verantwoordelijk voor het financiële beleid en human resources. Daarnaast helpt hij bij het behalen van de strategische doelen van het bedrijf.

Padding (64) werkte in het verleden al als CFO bij Amac. Verder was hij onder meer financieel directeur van Carpetright Europe, t for telecom en de Best Fresh Group. Hij studeerde bedrijfseconomie aan de Hogeschool Utrecht.

Amac is de enige Apple Premium Partner in Nederland en een van de grootste van Europa. Amac heeft 47 vestigingen in het hele land, een webshop en Amac Pro voor zakelijke klanten en onderwijs.



14 Tim Jansen en Raul Jorge

LEVENSLANG KRIJGT NIEUWE LADING BIJ HERONTWIKKELING WOLVENPLEIN UTRECHT

VRIJHEID, GEVANGEN IN HISTORISCHE KADERS

Gevangenis Wolvenplein in Utrecht heeft zijn poorten opengezet voor een nieuwe toekomst. Vanaf 2028 kunnen mensen er in alle vrijheid wonen, verblijven, werken en recreëren. Met respect voor historie van dit rijksmonument realiseren ontwikkelingsmaatschappijen AM en Levenslang aan de noordrand van het stadshart een project van grote maatschappelijke waarde. Voor Rabobank een extra motivatie om zich hieraan als financier te verbinden.

Vrijwillig in een gevangenis vertoeven? Het heeft iets spannends en het leek tot enkele decennia terug zelfs ondenkbaar. Totdat een aantal historische complexen in Nederlandse steden uit de oorspronkelijke functie werd ontheven en er plannen tot herbestemming op tafel kwamen, waarmee deze rijksmonumenten behouden zouden blijven. Voor eeuwig en daarom is in het geval van het Utrechtse Wolvenplein de naam van de ontwikkelingsmaatschappij heel toepasselijk gekozen: Levenslang. “Wij nemen de commerciële invulling voor onze rekening,” zegt Tim Jansen, die samen met hotelier Abbe

Plijnaar en vastgoedbelegger Maarten Langeveld dit avontuur aangaat, waar collega-maatschappij AM 36 huur- en koopwoningen zal ontwikkelen. “In het cellencomplex gaan we straks twaalf short stay-appartementen en een thematisch hotel met circa vijftig kamers inrichten, waaronder enkele suites en zogeheten ‘dormitory’s’ voor kleine groepen met een smaller budget. Daarmee beogen we straks meerdere doelgroepen te bedienen. Verder willen we 2.500 vierkante meter aan bedrijfsruimten realiseren. Aan de ‘kop’ komt een restaurant met prachtig uitzicht over de gracht.”

UITNODIGEND

Met de plannen tot herontwikkeling van Wolvenplein die steeds concretere vormen aannemen, staat Utrecht aan de vooravond van een historisch gebeuren. Het gezichtsbepalende gevangeniscomplex uit 1856 blijft bewaard voor het nageslacht, maar wordt toegankelijker dan ooit. “Voor het eerst in pakweg 170 jaar mogen mensen over het struinpad rondom de muren lopen, wat altijd streng verboden was,” vertelt Jansen. Een groen ingericht voorplein geeft het geheel straks een heel vriendelijk karakter en een sierlijke loopbrug zal letterlijk uitnodigend werken. “Die zorgt tevens voor verbinding met parkeergelegenheid buiten de gracht, aangezien Wolvenplein autoluw wordt.”

AM en Levenslang verwachten komende zomer het ontwerp definitief gereed te hebben (inclusief 400 vierkante meter aan nader in te vullen ruimte) en eind 2025 over de vergunning te kunnen beschikken, waarna het bouwproces zich tussen 2026 en 2028 zal voltrekken. Eén ding staat bij voorbaat vast: de locatie behoudt zijn monumentale onderdelen zoals de galerijen, de cellenstructuur, de luchtruimtes en de routing. “Bovendien streven we ernaar om zoveel mogelijk materialen circulair te gebruiken,” geeft Jansen aan. “Van zichzelf is een gebouw van bijna 170 jaar oud natuurlijk al heel duurzaam.”

25 MILJOEN EURO

De aankoop van het terrein met cellencomplex, dienstwoningen en kerk meegerekend is met de herontwikkeling van Wolvenplein een investering van circa 25 miljoen euro gemeoid. “Die dragen in te deels zelf, maar gelukkig kunnen we ook andere fondsen aanboren,” aldus Jansen. “Zo bestaat van overheidswege de Subsidieregeling instandhouding monumenten voor onderhouds- en restauratiewerkzaamheden. De provincie Utrecht biedt iets soortgelijks voor zogeheten Erfgoedparels zoals Paleis Soestdijk, de Domtoren en nu dus gevangenis Wolvenplein. Tevens hopen we gebruik te kunnen maken van een laagrentende lening bij het Restauratiefonds en heeft Rabobank ons een financiering verstrekt voor het aankooptraject, met de optie om dit uit te breiden voor de herontwikkeling.”

PAST NIET IN ÉÉN BAKJE

“Wij zien de duurzame samenwerking met Levenslang als een mooie voortzetting van het partnerschap, om gezamenlijk invulling te geven aan dit bijzondere project,” verklaart Raul Jorge, accountmanager grootzakelijk bij Rabobank met als specialisatie vastgoed en bouw. “Samen met de ondernemers gaan we hier, afhankelijk van het ontwerp en invulling van het plan, verder vorm aan geven. Dit project bevat zoveel componenten dat het zagezegd niet in één bakje past, maar het stemt ons wel zeer enthousiast. Dit is bij uitstek een vorm van maatwerk. Overigens gaan we ook graag in gesprek

met andere vastgoedondernemers om mee te denken in hun strategie en invulling te geven aan hun financieringsbehoeften.”

ONE OF A KIND

Rabobank beschouwt de herontwikkeling van gevangenis Wolvenplein als iets uitzonderlijks. “Als ik even voor mezelf spreek: dit doe je eenmaal in je leven,” glimlacht Jorge. “Dit project is ‘one of a kind’ en bovendien van grote maatschappelijke waarde, wat wij als bank een belangrijk aspect vinden. Echte Utrechtse ondernemers geven iets terug aan de stad en dat helpen wij vanuit onze missie graag faciliteren. Daarnaast zien we hier een toonbeeld van verduurzaming; historische gebouwen die nu via een nieuwe invulling levenslang krijgen.” Volgens Jansen zijn er wel behoorlijke hordes te nemen om het complex vanuit klimaatbestuurszaken naar de huidige tijd te tillen. “Een rijksmonument hoeft in theorie niet aan een energielabel te voldoen. Zelf stellen we C als ondergrens en hopen we eigenlijk op B uit te komen, maar helemaal relevant is het niet. Ter illustratie: aan een enkelsteensmuur wordt dezelfde waarde toegekend als aan een 82 centimeter dikke gevangenismuur zonder isolatie. We moeten straks vooral gaan kijken naar de energiebehoefte en daarop alles afstemmen. In ieder geval streven we naar bevoorrading over water met behulp van elektrische boten.”

BIJZONDERE UITDAGINGEN

Bij een bijzonder complex horen bijzondere uitdagingen. “Het brengt allerlei procedures, tegenwerpingen en lastige afwegingen met zich mee,” zegt Jansen. “Zo zou de gemeente de in 1870 gebouwde B-vleugel het liefst met zonnepanelen beleggen, terwijl de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed dit als een tijdelijke oplossing beschouwt en liever naar de zeer lange termijn kijkt. Wellicht halen we over twintig jaar duurzaam opgewekte stroom uit de muur en dan zou er een rijksmonument aangetast zijn.”

“Een steekhoudend verhaal en echt een eyeopener,” vindt Jorge. “Zo ontstaan ook bij ons als Rabobank nieuwe inzichten op het gebied van duurzaamheid, in een mooie samenwerking met innovatieve ondernemers.” Jansen haalt nog een ander voorbeeld van bijzondere uitdagingen aan. “De loopbrug. Dat klinkt als iets eenvoudigs, maar het zal je verbazen hoeveel partijen erbij betrokken zijn. De havenmeester praat over breedte en diepte voor de doorvaart en uitneembaarheid voor onderhoud aan woonboten. De verkeerskundige wil een goede aansluiting op de stoep zonder hinder voor passerende auto's, maar een trap maakt de oversteek onbegaanbaar voor mensen met een beperking en dan zijn er nog aspecten als flora en fauna en belemmering van fietsers, aangezien het een loopbrug betreft.”

Typerend voor een project dat een brede maatschappelijke rol zal vervullen. Met vrijheid voor iedereen, gevangen in historische kaders.

Meer informatie: www.rabobank.nl en www.wolvenpleinontwikkelt.nl





CROSSROADS 2024

WAAR UTRECHT EN INNOVATIE SAMENKOMEN

Op de tweede donderdag van september veranderde het Dotslash-terrein aan de Europalaan in Utrecht in een bruisende plek van innovatie en samenwerking. Tenten sierden het terrein, picknicktafels boden ruimte voor informele gesprekken, heerlijk eten stond klaar voor de bezoekers en een liveband speelde verzoeknummers om de sfeer compleet te maken. Crossroads 2024, een evenement dat aanvoelde als een festival, had echter een serieuze missie: startups helpen groeien en bloeien. Deze editie trok ruim 600 bezoekers waaronder startups, scaleups, investeerders en andere geïnteresseerden uit het startup-ecosysteem. Het evenement is intussen een vaste waarde in de Utrechtse startup- en scaleup-wereld.

INSPIRERENDE VERHALEN OP HET PODIUM

Gedurende de dag konden bezoekers luisteren naar inspirerende sprekers die openhartig vertelden over hun ervaringen in de startup-wereld. Zo was Joeri Schoemaker, oprichter van het circulaire verpakkingsbedrijf Pieter Pot, een van de hoofdsprekers. Hij vergeleek zijn ondernemersreis met een wilde achtbaanrit vol pieken en dalen. Zijn verhaal maakte indruk op het publiek, vooral door zijn openheid over de uitdagingen en overwinningen die hij heeft ervaren. Ook andere prominente sprekers, zoals Thomas Mensink, auteur van Startup Funding, en investeerder Eva de Mol

gaven waardevolle inzichten. Met hun ervaring en expertise inspireerden zij het publiek en boden concrete handvaten voor ondernemers die financiering zoeken of een nieuwe strategie willen ontwikkelen.

FINANCIERING VROUWELIJKE ONDERNEMERS

Een belangrijk thema was het stimuleren van vrouwelijk ondernemerschap. Op het hoofdpodium vond een sessie plaats waarin werd besproken waarom vrouwelijke oprichters nog steeds tegen meer obstakels aanlopen dan hun mannelijke collega's als het gaat om het verkrijgen van financiering. Hoewel vrouwen we-

reldwijd steeds vaker bedrijven starten, blijft de toegang tot kapitaal voor hen moeilijker.

WORKSHOPS: VAN JURIDISCH ADVIES TOT MARKETINGSTRATEGIE

Naast inspirerende verhalen op het podium bood Crossroads 2024 een breed scala aan workshops waar bezoekers waardevolle kennis konden opdoen. Of je nu vragen had over juridische kwesties, je marketingstrategie wilde verbeteren of financieringsopties voor impact-startups wilde verkennen; er was voor elk wat wils. Experts uit verschillende vakgebieden deelden hun inzichten en gaven concrete tips. Een populaire



sessie was bijvoorbeeld gericht op het verhogen van conversies door effectieve marketing. Hier leerden deelnemers hoe ze door middel van klantgerichte strategieën meer succes kunnen boeken.

NIEUWE KENNIS EN ACTIEPLAN

De diversiteit aan workshops gaf startups de mogelijkheid om gericht aan hun zwakke punten te werken. Dit hands-on-aspect van Crossroads maakt het evenement tot een waardevolle gelegenheid voor bedrijven in verschillende stadia van hun ontwikkeling. Voor veel deelnemers betekende dit niet alleen dat ze met nieuwe kennis naar huis gingen, maar ook met een actieplan voor de komende maanden.

INVESTEERDERSMARKT: WAAR IDEEËN EN KAPITAAL SAMENKOMEN

In één van de tenten vond de investeerdersmarkt plaats. Gedurende de hele dag hadden startups de mogelijkheid om in gesprek te gaan met diverse investeerders. Van grote investeringspartijen tot kleinere financiers, allemaal stonden ze klaar om potentiële investeringen te bespreken.

Voor veel startups is het vinden van financiering een cruciaal punt in hun groeiproces, en Crossroads bood ze de kans om in een laagdrempelige setting hun ideeën te presenteren. Deze ontmoetingen kunnen het verschil maken tussen een idee dat in de kinderschoenen blijft en een bedrijf dat zich doorontwikkelt tot een serieuze speler.



NETWERKEN

Het vinden van de juiste persoon om mee te praten kan op een groot evenement als Crossroads een uitdaging zijn. Daarom werd er dit jaar gebruikgemaakt van de event-app van Lively. Via deze app konden deelnemers eenvoudig connecties leggen met andere aanwezigen en afspraken plannen. Door gericht te netwerken, konden startups bijvoorbeeld direct de juiste investeerder vinden of experts ontmoeten die hen konden helpen bij specifieke uitdagingen. Het resultaat: minder tijd verloren en meer impactvolle gesprekken.

VRUCHTBARE BODEM

Crossroads heeft in de vier jaar van zijn bestaan een indrukwekkende groei doorgemaakt en speelt een belangrijke rol in het versterken van het Utrechtse startup-ecosysteem. Utrecht biedt jonge bedrijven een vruchtbare bodem met een mix van talent, kennis en kapitaal, en de stad trekt steeds meer investeerders en ondernemers aan die impact willen maken. Crossroads heeft bewezen dat Utrecht een platform biedt voor nieuwe ideeën en verbindingen tussen ondernemers, investeerders en ondersteunende partners. In de komende jaren zal dit ecosysteem waarschijnlijk alleen maar blijven groeien. Crossroads zal daar ongetwijfeld een centrale rol in spelen.



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 voel 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?



Onze gespecialiseerde medewerkers staan graag voor u klaar

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

Zeilmaker 2
3861 SM NIJKERK



Deze column is geschreven door
mr. Hanneke Klinckhamers,
werkzaam bij Van Bladel Advocaten

(foto Hanno de Vries).

IS ONTSLAG OP STAANDE VOET WEGENS MEENEMEN VAN BEDRIJFSBESTANDEN TOEGESTAAN?

Wij zien in onze praktijk steeds vaker dat werknemers zonder dat zij daarvoor toestemming hebben en zonder hun werkgever daarover te informeren, bedrijfsgevoelige informatie naar hun privémailadres sturen. Dat kan uiteraard grote schade berokkenen aan de werkgever. Zeker als die werkgever in een concurrentiegevoelige en competitieve markt opereert en een groot belang heeft bij de bescherming van zijn bedrijfsgevoelige informatie.

ONTSLAG OP STAANDE VOET

In de rechtspraak is over het sturen van bedrijfsgevoelige informatie naar een privéomgeving een lijn te ontwaren. Als een werknemer dat doet in het zicht van het einde van zijn dienstverband terwijl hij die informatie niet (meer) nodig heeft voor zijn werk, vinden rechters dat buitengewoon ernstig en achten een gegeven ontslag op staande voet gerechtvaardigd.

Zo oordeelde hof Den Haag onlangs* dat de werkgever er zwaar aan mocht tillen dat de werknemer na zijn ziekmelding bedrijfsgevoelige informatie naar zijn privéaccount had gestuurd, terwijl hij gewoon toegang had gehouden tot zijn werkaccount. De werknemer kon ook niet uitleggen waarom hij die informatie nodig had. Er was vooraf aan de ziekmelding kritiek op zijn functioneren geweest, maar het hof vond het niet geloofwaardig dat de werknemer de bewuste informatie nodig had om zijn positie veilig te stellen. Het hof vond dat de werkgever ook zwaar aan de handelwijze van de werknemer mocht tillen, omdat de werkgever in een concurrentiegevoelige markt actief is en geen controle of invloed meer heeft op informatie vanaf het moment dat die buiten het domein van de organisatie terecht is gekomen.

BESCHERMEN BEDRIJFSGEVOELIGE INFORMATIE

Hoe kan je als werkgever zorgen dat bedrijfsgevoelige informatie voldoende beschermd wordt? Naast een geheimhoudingsbeding met een hoge boete moeten werkgevers ervoor zorgen dat ze de nodige ICT-maatregelen hebben getroffen en die ook steeds weer updaten om hun bedrijfsinformatie te beschermen. Ook is het belangrijk een duidelijk en kenbaar beleid te hanteren over hoe werknemers moeten omgaan met bedrijfsinformatie en wie geautoriseerd is om toegang te hebben tot bepaalde (bedrijfsgevoelige) informatie in het kader van zijn functie. Maak werknemers hiervan bewust door regelmatig training en voorlichting te geven over het omgaan met (vertrouwelijke) bedrijfsinformatie en over de mogelijke sancties als medewerkers zich hier niet aan houden.

WET BESCHERMING BEDRIJFSGEHEIMEN

De Wet bescherming bedrijfsgeheimen maakt het mogelijk om bedrijfsgeheime informatie te beschermen en tegen de werknemer en derden (bijvoorbeeld een nieuwe werkgever) gerichte acties in te stellen. Denk aan een rechterlijk verbod om de bedrijfsgeheime informatie te gebruiken en die informatie te vernietigen, als dat nog niet is gebeurd. Het kan soms ook nodig zijn om bewijsbeslag te leggen ter veiligstelling van de bedrijfsinformatie die een werknemer onrechtmatig heeft meegenomen.

Van Bladel Advocaten heeft veel ervaring met dit soort zaken. Heeft u vragen over hoe u het beste uw bedrijfsinformatie kan beschermen of heeft u een specifieke situatie waarover advies nodig is? Neem dan contact met ons op of mail naar info@vanbladeladvocaten.nl.

* uitspraken.rechtspraak.nl/details?id=ECLI:NL:GHDHA:2024:1167

Op zoek naar nieuwe droomklanten?



Scan de QR-code en start
vandaag met 25 gratis
top leads!



Mag ik commercieel voor u bellen?

DOEL?

U een-op-een ondersteunen in uw acquisitie en volledig te ontzorgen in uw marktbenadering. Om u, zoals wij dat noemen, verkoopontspanning te bieden.

REGEL UW EIGEN PSA!
SCAN DE QR-CODE



Een Personal Sales Assistant (PSA) is een professionele, commercieel georiënteerde verkoopassistent. De PSA heeft het doel u een-op-een te ondersteunen in uw acquisitie en een constante stroom aan nieuwe afspraken te genereren.

Met behulp van het DATA-collectief en Website-Leads worden interessante prospects geselecteerd en benaderd.

www.psaprof.nl
0800-7727763





Jasper van Krevelen | Accountmanager Vastgoed regio Utrecht | 06 2213 3431

Verduurzamen met gemak en transparantie: Jouw pad naar een groene toekomst

Als dé zakelijke energieregisseur helpen we jou de regie over je energie te houden. Wil je verduurzamen zonder gedoe? Wij staan klaar met betrouwbare partners en een intuïtieve portal die je elke stap helder inzicht geeft, zonder verborgen kosten. Zelfs als je verbruik onverwacht verandert, zorgen wij ervoor dat je alleen betaalt voor wat je daadwerkelijk gebruikt – eerlijk en transparant. Samen bouwen we aan een duurzame toekomst, met jou aan het roer en ons team dat altijd voor je klaarstaat. Zo maken we verduurzamen niet alleen makkelijk, maar ook écht op maat voor jouw bedrijf!



Maartje Koppen

(Business) Coach, psycholoog en EFT in Business-expert

www.maartjekoppen.nl/podcast

MAARTJE KOPPEN IN GESPREK MET PEDRO VAN HELDEN GROEIEN DOOR TE REMMEN: DE BALANS VAN EEN BIG HAIRY AUDACIOUS GOAL

Elke ondernemer heeft dromen. Maar een BHAG - een Big Hairy Audacious Goal - gaat nog een paar stappen verder. Het is geen simpel doel, maar een gedurfde visie die richting geeft en je bedrijf uitdaagt. In mijn gesprek met Pedro van Helden, serial entrepreneur, deelt hij hoe het hebben van een grootse visie één van zijn bedrijven in zo'n grote stroomversnelling brengt dat het nodig is om op de rem te trappen.

Een BHAG zorgt ervoor dat je niet blijft hangen in klein denken, maar daagt uit om voorbij het logische te denken. Want voor het realiseren van je BHAG is méér nodig dan wat in de lijn der verwachtingen ligt. Maar als je je team goed weet mee te nemen in de visie, steek je mensen aan, ontstaat er gezamenlijkheid en krijgt de ambitie adrenaline.

Pedro vertelt hoe zijn BHAG niet alleen hemzelf maar ook zijn team inspireert. Die enorme ambitie geeft focus en energie en een golf van ideeën en plannen. "We waren er echt nog lang niet," vertelt Pedro, maar de visie begon hun manier van denken te veranderen.

Maar zoals Pedro ondervindt, is zo'n grote ambitie ook een soort onzichtbare motor die continu blijft draaien. Hij merkt dat de BHAG ervoor zorgt dat iedereen vooruit stormt, zonder dat er voldoende momenten zijn om stil te staan en te herijken. Wat begint als een manier om zijn bedrijf te versterken, dreigt bijna een valkuil te worden.

Pedro realiseert zich dat het tijd wordt om af te remmen. Zo'n BHAG geeft richting, maar kan ook overweldigend worden. Te veel snelheid zorgt voor ruis, voor beslissingen die te snel genomen worden en voor een team dat mogelijk moeite heeft om alle ontwikkelingen bij te houden. En dat is precies het moment waarop je als leider moet durven zeggen: even rust, even terug naar de basis.

Pedro besluit bewust tijd in te lassen om het doel helder te houden, waar nodig te herzien en zijn mensen ruimte te geven om mee te groeien in het proces. "Het is niet zo dat je stopt met ambitie," legt hij uit, "maar je leert dat je niet altijd volle kracht vooruit hoeft." Die momenten van rust zorgen ervoor dat je blijft focussen op wat echt belangrijk is, in plaats van alleen maar te kijken naar de volgende stap.

Kortom, een BHAG is een prachtig hulpmiddel om groot te denken, maar zorg dat je niet doorschiet. Want groei is niet alleen snelheid, maar ook richting en bijsturing. Juist door af en toe op de rem te staan, blijf je als ondernemer in controle over de koers en geef je je team de ruimte om mee te blijven bewegen.

Benieuwd naar andere ondernemerslessen die Pedro deelt in mijn gesprek met hem? Luister aflevering 10 van seizoen 2 van de podcast "Ondernemers in het MKB - over groeipijnen en andere uitdagingen" waarvan inmiddels 18 afleveringen in dit seizoen op je staan te wachten in elke podcastapp.



ENERGIETRANSITIE MEER DAN EEN TECHNISCHE OPGAVE

BEELDEN IN PLAATS VAN TABELLEN

Binnen dertig jaar wil Nederland kolen, olie en aardgas vervangen door energie uit hernieuwbare bronnen. Opwek en transport van fossiele energie spelen zich vooral buiten ons gezichtsveld af. Windmolens en zonneparken zijn juist prominent aanwezig. Tot groot verdriet van velen; nieuwe plannen kunnen stevast op weerstand rekenen. Daarbij komt dat woningbouw, bedrijvigheid en natuur met de energietransitie strijden om de schaarse ruimte. Lastige keuzes zijn onvermijdelijk. Dit vereist een zorgvuldige maatschappelijke dialoog. Met een rapport van Studio AMO levert een grote groep stakeholders een bijdrage aan de noodzakelijke discussie.

“Door de omslag naar schone energie gaat Nederland flink op de schop,” stelt Olof van der Gaag, directeur van De Nederlandse Vereniging Duurzame Energie (NVDE). “Waar fossiele energie van onder de grond komt, is van een hernieuwbaar energiesysteem méér te zien.”

DISCUSSIE OP GANG

Dit was aanleiding voor een groot aantal organisaties en bedrijven uit de energiesector om studio AMO opdracht te geven voor een studie naar de mogelijke veranderingen in Nederland door de energietransitie. Van der Gaag: “De meeste beleidsnotities en visies bestaan vooral uit tabellen, cijfers en tekst. De AMO-studie laat juist zien hoe zonne- en windenergie kunnen worden ingepast, industriële landschappen kunnen veranderen en snelwegen of de agrarische sector eruit kunnen komen te zien. De

studie is gebaseerd op realistische uitgangspunten, maar bevat ook speelse, inspirerende en prikkelende beelden. Dit brengt de broodnodige discussie over de veranderende inrichting van Nederland verder op gang.”

VOORKEUR VOOR ZEE

Windenergie op land schuurt nadrukkelijk met het dagelijkse bestaan van bewoners, constateert ook de AMO-studie. Locaties waarbij de hinder zoveel mogelijk wordt beperkt, hebben daarom de voorkeur. Een groot deel van de energiebehoefte van Nederland kan worden opgewekt met windmolens op zee. Dit heeft gevolgen voor het gebruik van de zee, het uitzicht erop en de biodiversiteit. Dat laatste is een belangrijk onderwerp dat tijdens de bouw van windmolens niet uit het oog mag worden verloren, stelt AMO.

RUIMTE VOOR INDUSTRIE

In de strijd om ruimte raken nieuwe energiesystemen onvermijdelijk de activiteit die in Nederland de meeste plaats inneemt: landbouw. Naast bij de risico's die dit met zich meebrengt, ziet de studie zeker ook kansen. AMO wijst verder op de tweeledige impact van industriële clusters. De industrie is verantwoordelijk voor een groot deel van de CO₂-uitstoot maar is tegelijkertijd onmisbaar bij de energietransitie. Denk aan de productie van windmolens, elektrolyzers en kabels die nodig zijn voor de uiteindelijke omschakeling. Om dit proces te versnellen, heeft deze industrie meer ruimte nodig. Bij de inrichting van Nederland moet hier de komende decennia rekening mee worden gehouden.

De studie van AMO kwam tot stand in opdracht van Netbeheer Nederland, NVDE, Alliander, EBN, Element NL, Energie-Nederland, Enexis, Gasunie, Groningen Seaports, Port of Rotterdam en TNO.

Het complete rapport en een toelichtende film zijn te vinden op nvde.nl.

SCHAARSE GRONDSTOFFEN

Ook autogebruik is verantwoordelijk voor een aanzienlijk gedeelte van de CO₂-uitstoot. En ook hierbij spelen tegengestelde krachten, stelt AMO. Elektrisch vervoer is emissieloos, maar bij de productie ervan zijn zeldzame grondstoffen nodig. Het is onzeker of de voorraad hiervan voldoende is om onze huidige voertuigenvloot te vervangen.

Naast technische mogelijkheden en innovaties bepaalt ook ons gedrag de mobiliteit van morgen. Als mensen minder autokilometers maken, leidt dat tot veranderingen in de woonomgeving; vooral in grote steden waar vervoersalternatieven ruim voorhanden zijn.

ONVERWACHTE KANSEN

Naast een schets van de inhoudelijke kaders brengt de studie de mogelijke impact van de energietransitie op ons landschap prikkelend in beeld. Voor Van der Gaag is daarmee de missie van de opdrachtgevers geslaagd. "Ik word blij van de vele mogelijkheden uit het boek en het filmpje van AMO. Niet de moeilijkheden en de weerstand staan centraal, maar de onverwachte kansen. Fijn. Ik houd

van de contour van Nederland inclusief ons deel van de Noordzee; er kan zoveel in die zee. Bijvoorbeeld meer oesters, zeevieren en vissen dankzij de fundamenteën van windmolens. Een intensief gebruikt, hoogindustriële landschap enerzijds en meer natuur anderzijds spreken mij ook aan. Net als dat beeld van de zero emissiezones in het hart van de stad als gezondste leefomgeving; daar wil ik wel wonen."

FEEST IN 2050

De overgang van fossiele naar duurzame energiebronnen is veel meer dan een technische exercitie.



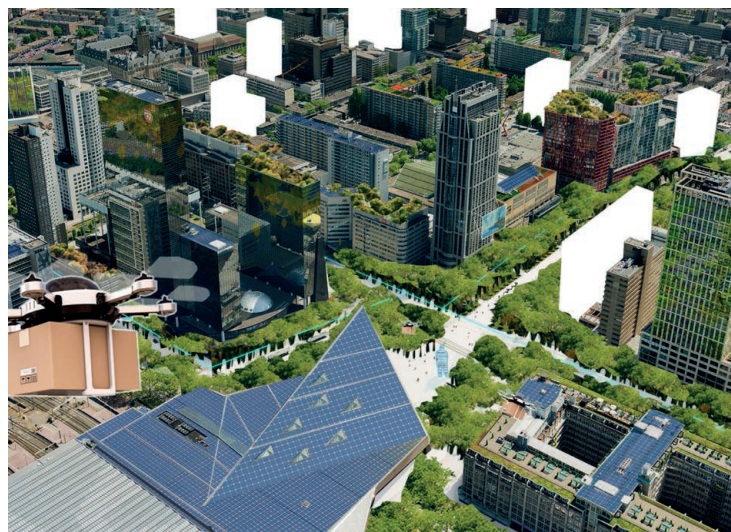
NEDERLANDSE VERENIGING DUURZAME ENERGIE

De 1.600 leden van de NVDE zijn actief op het gebied van zon- en windenergie, aardwarmte, groene waterstof, warmtepompen en energiebesparing. Ook netbeheerders zijn lid. Met bijna 200.000 werknemers realiseren de leden samen een jaaromzet van ruim € 43 miljard.

**“DOOR DE OMSLAG NAAR
SCHONE ENERGIE GAAT
NEDERLAND FLINK OP DE
SCHOP.”**

De visuele impact speelt een cruciale rol bij de beleving en acceptatie van de inwoners. "Verandering roept sowieso weerstand op, maar dat is nog geen reden om het niet na te streven," stelt Van der Gaag. "Iedere energietechniek, zowel fossiel als duurzaam, heeft nadelen. Het is zaak om samen met mensen, zoals omwonenden of gebruikers van de energie, te bepalen hoe we meer duurzame energie kunnen opwekken en transporteren, en om te laten zien wat het hen oplevert. Ik verheug me al op dat feest in 2050, als Nederland energieneutraal is."

25





Amersfoort



De Dom



Utrechtse Heuvelrug



Hoog Catharijne



Spoorwegmuseum Utrecht

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

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



Jaarbeurs

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

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

Welkom in Utrecht!

Utrecht is dé regio op het gebied van life sciences & health, duurzame mobiliteit en biedt tal van mogelijkheden voor congressen en zakelijke evenementen in stad en regio.

Van kleine zakelijke bijeenkomsten tot grote congressen, vergaderen als een keizer of van alle technische gemakken voorzien, in Utrecht kan het. Ontdek een aantal van de meest inspirerende locaties.

Meer weten over de mogelijkheden?

Het Utrecht Convention Bureau is er om u deskundig, onafhankelijk advies te geven en u te matchen met uw perfecte congres- en eventpartners.



FIGI,
“Ervaar het!”

Het Rond 2 | 3701 HS Zeist | 030 6927400
figi.nl

Utrecht
Convention Bureau



Carlton President

“Dé locatie met alles onder één dak voor een- of meerdaagse meetings en events voor 100-150 personen”

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



Expo Houten “Meeting & Events”

Meidoornkade 24 | 3992 AE Houten
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
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
0343 - 491 424
info@knvbcampus.nl
www.knvb.nl/campus



DoubleTree by Hilton Royal Parc Soestduinen

Van Weerden Poelmanweg 4-6 | 3768 MN | Soest
+31 35 603 8383 | cb.soestduinen@hilton.com
soestduinen.hilton.com



Landgoed de Horst

“Voor vergaderingen trainingen en congressen”

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



Crowne Plaza Utrecht Central Station

“Modern hotel in het hart van Utrecht met fantastische vergaderfaciliteiten tot 250 personen”

Catharijne Esplanade 13 | 3511 WK Utrecht
+31(0)30 237 71 00
groups.cp@cpurecht.nl



NOOIT TE OUD OM TE LEREN, NOOIT TE JONG OM TE INSPIREREN

Bij IGNE geloven we dat het nooit te laat is om een ander carrièrepad te kiezen. Iedereen verdient de kans om zijn of haar talenten te benutten. Dit geldt voor jongeren die hun weg nog moeten vinden, maar ook voor volwassenen die zich willen omscholen. Reskilling speelt een cruciale rol in het toegankelijker en diverser maken van de techsector. Veel van de vrouwen in ons team zouden zonder de mogelijkheid tot omscholing nooit in de techsector zijn beland en nog werken als bouwkundige, cartograaf, uitbater van een hostel of fotograaf.

Door hen de kans te geven om zich met hun nieuwe skills aan te sluiten bij IGNE, hebben we niet alleen hun carrières een nieuwe impuls gegeven, maar ook ons team verrijkt met diverse talenten en perspectieven.

HET BELANG VAN VROUWELIJKE ROLMODELLEN

In sectoren zoals technologie waar vrouwen nog altijd ondervertegenwoordigd zijn, is het essentieel om voorbeelden te hebben die laten zien dat zij hier thuishoren. Ze inspireren de komende generatie. En met een tekort aan talent kunnen we het ons ook niet veroorloven om werknemerspotentieel te missen.

Bedrijven met een diverse workforce presteren bovendien aantoonbaar beter. Uit onderzoek van de Boston Consultancy Group blijkt dat deze bedrijven tot wel 19% meer inkomsten genereren. Diversiteit is dus niet alleen een ideaal, maar ook een succesfactor.

RESKILLING: EEN NIET TE ONDSCHATTEN FACTOR

Bij IGNE hebben we prachtige voorbeelden van hoe reskilling werkt en hoe vrouwen het verschil maken in ons team. Neem onze ervaren fotografe die op zoek was naar meer stabiliteit en de vaardigheden leerde om als fullstack developer aan de slag te gaan.

Ondanks haar beperkte technische achtergrond bouwt ze nu vol vertrouwen mee aan innovatieve projecten waarbij creativiteit en technologie hand in hand gaan.

Of denk aan onze collega die jaren in het buitenland werkte in hostels, toerisme en zelfs als leerlooier. Uiteindelijk vond ze haar passie in software-development. Zonder ervaring stapte ze in en verwachtte het niet lang interessant te vinden. Inmiddels enthousiasmeert ze vele collega's met haar passie voor technologie en laat ze zien dat met de juiste mindset alles mogelijk is.

**“DIVERSITEIT IS
NIET ALLEEN EEN
IDEALISTISCH
STREVEN, MAAR
OOK EEN MANIER
OM RESULTATEN TE
VERBETEREN.”**

Door vrouwen actief te betrekken, vergroten we de diversiteit en kracht van onze sector. En het mooie is: het is nooit te laat om te leren.

HOE BLIJVEN WE ALS NEDERLAND AAN KOP?

Om als Nederland koploper te blijven in technologie en innovatie moeten we investeren in mensen. We moeten de nieuwe generatie rolmodellen inspireren en opleiden, mensen die anderen aanmoedigen om een carrière in technologie te overwegen. We hebben mensen nodig die mee kunnen groeien met technologische vooruitgang, ongeacht hun achtergrond.

En diversiteit betekent ook een mix van culturen en nationaliteiten. Zo hebben we twee

collega's die, vanuit twee uithoeken van ons continent, naar Nederland zijn gekomen. Onze afgestudeerde cartografe besloot de koers te wijzigen en zette de stap naar softwareontwikkeling. Inmiddels is ze een van onze leidende front-end ontwikkelaars. En tot slot onze bouwkundig ingenieur met een afgeronde master die haar analytische vaardigheden nu inzet als developer. Want hoe verschillend zijn het bouwen van constructies en het bouwen van een digitaal platform nu eigenlijk?

Al deze vrouwen kwamen bij IGNE binnen met nauwelijks technische ervaring en zijn inmiddels een integraal deel van ons team. Ze bouwen innovatieve projecten, dragen bij aan de maatschappij en ervaren de vrijheid in hun werk: samen iets concreets maken van wat voorheen plannen waren.

Diversiteit is dus niet alleen een idealistisch streven, maar ook een manier om resultaten te verbeteren. Bij IGNE zetten we ons in voor een toekomst waarin iedereen de kans krijgt om impact te maken, of je nu 18 bent of 48. Omscholing en inspiratie gaan hand in hand: nooit te oud om te leren, nooit te jong om te inspireren.



Jeroen van Geelen



Foto: Dik Nicolai

Jeroen van Hooff, CEO
Koninklijke Jaarbeurs

Foto: Leonard Walpot

Michiel Dijkman, directeur
Economic Board Utrecht

INTERNATIONAAL PROFILEREN = LOKAAL PROFITEREN

Utrecht profileert zich steeds sterker als Europees centrum voor gezondheidsinnovatie en duurzaamheid met het internationale profiel 'Utrecht, Heart of Health'. De stad is hiermee een aantrekkelijke locatie geworden voor congressen over gezondheid, duurzaamheid en digitalisering. Deze bijeenkomsten trekken niet alleen bezoekers aan, wat extra inkomsten oplevert voor horeca en cultuurinstellingen, maar bieden ook lokale ondernemers kansen om hun bedrijf te profileren en kennis te vergaren voor groei, ook in buitenlandse markten.

Jaarlijks komen medische experts, onderzoekers en innovators naar Utrecht voor congressen rond (preventieve) gezondheidszorg en technologische innovaties zoals kankerbehandeling en robotchirurgie. Utrecht speelt op deze gebieden in de Europese top en heeft hiervoor recent de status van gezondheidsinnovatieregio ontvangen van de Europese Commissie.

In mei 2023 werd de Utrechtse Congres Alliantie opgericht, een samenwerking tussen publieke en private partijen zoals de gemeente en provincie Utrecht, de Koninklijke Jaarbeurs, de Universiteit Utrecht, HOST, de ROM, het Utrecht Convention Bureau en EBU. Deze alliantie bundelt krachten om internationale congressen naar de stad te trekken die aansluiten bij de positionering als 'Heart of Health'. Enkele voorbeelden van succesvolle congressen zijn het WHO European Healthy Cities Network congres en het Future Green City World Congres. In mei 2025 komt ook het International Forum on Quality and Safety in Healthcare naar Utrecht, waar zorgprofessionals van over de hele wereld samenkomen.

De voordelen van deze congressen op lange termijn zijn groot voor Utrecht. Internationale bezoekers worden vaak ambassadeurs die Utrecht promoten in hun eigen netwerken. Hierdoor krijgt Utrecht steeds meer de status van 'Heart of Health' - een imago dat niet alleen congresorganisatoren aantrekt, maar ook nieuwe samenwerkingsverbanden en investeringen stimuleert. Ondernemers in Utrecht hebben zo de kans om hun zichtbaarheid te vergroten, kennis op te doen en internationaal te groeien. Door deel te nemen aan deze congressen, kunnen zij hun positie versterken en bijdragen aan de ontwikkeling van Utrecht als bruisend kenniscentrum.

Deze congressen sluiten ook goed aan bij Utrechtse bedrijven die actief zijn in duurzame sectoren zoals circulaire bouw, mobiliteit en de gezonde leefomgeving. Bedrijven in bijvoorbeeld de circulaire economie of milieuvriendelijke technologie krijgen hier de kans om hun producten en diensten te presenteren aan een publiek dat waarde hecht aan duurzaamheid. Ook techbedrijven zoals in kunstmatige intelligentie, blockchain en gamification kunnen hun innovatieve oplossingen tonen aan zowel nationale als internationale bezoekers. Voor ondernemers in andere sectoren is deelname aan deze congressen eveneens waardevol, omdat zij hier nieuwe trends kunnen ontdekken en direct kunnen inspelen op technologische ontwikkelingen, wat hun concurrentiepositie versterkt.

En het reikt verder dan dat. Nieuwe congressen en bezoekers betekent ook goed nieuws voor onze horeca en winkeliers. En het creëert nieuwe mogelijkheden. Een lokaal bedrijf in duurzame catering kan bijvoorbeeld de maaltijdvoorziening verzorgen tijdens een congres, of een bouwbedrijf kan duurzame bouwmethoden presenteren. Dit draagt bij aan een sterk en groen imago van stad en regio én biedt lokale ondernemers extra zichtbaarheid. Zo werkt Utrecht met haar internationale profilering aan een toekomst waarin het niet alleen een aantrekkelijke congreslocatie is, maar ook een broedplaats voor innovatie, waar bedrijven en internationale bezoekers elkaar ontmoeten en versterken. Een toekomst waar elke Utrechtse ondernemer van kan profiteren.

GELUK & ZO! UTRECHT BUSINESS PRESENTEREN ENERGIETRANSITIE: WAAR HAAL JIJ STRAKS DE ENERGIE VANDAAN?



Wat betekent de energietransitie voor jou en hoe kom je tot haalbare oplossingen? Op 3 december krijg jij als Utrechtse ondernemer het antwoord van o.a. Energy Architects, Groendus, Grand Thornton en Friday.

De energie experts nemen je mee in het proces van aanvraag tot uitvoering. Vervolgt door inspirerende speed dates waar je al je vragen kwijt kan en met praktische oplossingen weg loopt. Afsluitend een rondleiding door de kassen van Stadsjochies waar je met eigen ogen kan zien hoe zij energie innovaties al in de praktijk toepassen.

Met key-note speaker Robin Berg van We Drive Solar en middagvoorzitter Meya Sollman

3 DECEMBER 2024
12:45 – 16:30
RIJNDIJK 12, 3885 LG UTRECHT

[Meld je hier aan en maak kans op een inspirerende middag](#)

VERNIEUWDE DOMTOREN STRAALT ALS NOOIT TEVOREN

SYMBOOL VAN UTRECHTS TROTS

Door de ingrijpende restauratie was de Utrechtse Dom ruim vier jaar aan het zicht onttrokken. Toen de steigers zakten, realiseerden Utrechters zich wat ze gemist hadden. Eens te meer werd duidelijk hoezeer stad en toren verbonden zijn. Met de onthulling van de nieuwe verlichting zette koningin Máxima de vernieuwde Dom in de spotlights.

De Romeinen bouwden rond het jaar 47 een castellum op het Domplein met de naam Traiectum. Lang na hun vertrek werd dit fort uitvalsbasis voor missionaris Willibrord die de Friezen wilde bekeren. Hij herbouwde er eind zevende eeuw een bestaande vervallen kerk en wijdde de nieuwbouw aan Sint-Maarten. Destijds beschermheilige van de Franken, later van de stad Utrecht.

SCHRIKELIK TEMPEEST

In 1254 werd de eerste steen gelegd voor de gotische Sint-Maartenscathedraal. Deze Domkerk zoals we die nu kennen, verving een romaanse voorganger. De bouw van de toren startte in 1321. Zo'n zeventig jaar later was het werk afgerond.

32

Op 1 augustus 1674 werd het schip van de kerk grotendeels verwoest door een zomerstorm – een 'Schrikkelik Tempeest', aldus tijdgenoten. De Domtoren stond nog fier overeind. Vanaf dat moment gingen toren en kerk gescheiden door het leven.

HECHTE BAND

Teun Bonenkamp heeft een hechte band met de Dom. "Zowel tijdens als na mijn studie was ik er actief als gids. Sinds vier jaar ben ik als manager Domtoren bij Utrecht Marketing ook professioneel verbonden met dit Utrechtse icoon."

De gemeente is eigenaar van de Domtoren. "Als huurder is Utrecht Marketing verantwoordelijk voor de exploitatie. Dat doen we door dagelijks bezoekers te ontvangen, van schoolklassen tot gasten van zakelijke evenementen. Belangrijke opgave daarbij is om het verhaal van de Domtoren en de band met de stad uit te dragen, ter plaatse en online."

AAN HET OOG ONTTROKKEN

De Dom is in de loop der eeuwen meermaals gerestaureerd. Na groot onderhoud in de jaren zeventig was de verwachting dat rond 2000 opnieuw restauratie nodig zou zijn. De ruim 112 meter hoge Dom hield het een stuk langer vol, tot ingrijpend herstel onvermijdelijk was. Restauratieaannemer Nico de Bont kreeg de opdracht en vanaf 2017 werden steigers geplaatst. Eerst rond de top, later om de rest van de toren.

"De Dom was ruim vijf jaar aan het oog onttrokken," zegt Bonenkamp. "De restauratie is van boven naar beneden uitgevoerd. Naarmate de werkzaamheden vorderden, konden de steigers steeds verder zakken. Je merkte toen dat Utrechters zich realiseerden wat ze gemist hadden. Eens te meer bleek hoeveel de Domtoren betekent voor de inwoners én voor Utrecht."



Foto: Joram Letwory

2000 JAAR GESCHIEDENIS

Ook als locatie voor bijzondere events profiteert de Domtoren van de ingrijpende restauratie. "Het vernieuwde glas in lood maakt de Michaëlskapel nog fraaier," weet Bonenkamp. Deze voormalige privékapel van de bisschop is de belangrijkste troef voor het organiseren van bijeenkomsten. "Gasten zijn telkens verrast dat de toren beschikt over zo'n grote ruimte. In een historische entourage met moderne faciliteiten vinden hier onder meer diners, borrels en presentaties plaats voor groepen tot 100 personen."

Daarbij zoekt Utrecht Marketing nadrukkelijk naar samenwerking met andere erfgoedlocaties op het Domein. "Bijvoorbeeld met de Domkerk en DOMunder. Door elkaars kenmerken en faciliteiten te combineren, wordt ons gezamenlijke aanbod nog sterker. Bij evenementen proberen we altijd een link te leggen met de historie. Gasten zijn zich er zo van bewust dat deze plek 2000 jaar geschiedenis herbergt."

**"UTRECHTERS
REALISEERDEN
ZICH WAT ZICH
GEMIST HADDEN."**

LIFT

Belangrijke doelstelling van Utrecht Marketing was om de Dom ook tijdens de restauratie te verbinden met de stad. "In nauwe samenspraak met de aannemer bleef de toren toegankelijk, met uitzondering van de COVID-periode. Door de steigers kon er aan de buitenkant een bezoekerslift gebouwd worden, mede mogelijk gemaakt door de Utrechtse verzekeraar asr. Zo was de top van de Dom ook bereikbaar voor mensen die geen trap kunnen lopen."

DOM-TATTOO

Tijdens de restauratie vonden tal van activiteiten plaats, zoveel mogelijk in samenwerking met Utrechtse organisaties en bedrijven. "Memorabel was het concert van Kensington bovenop de Dom in 2022. Aanleiding was de 900ste verjaardag van Utrecht. Verder was de toren onder meer pop-upbioscoop, café-voor-een-dag en tattoo-studio. Op 4 oktober lieten ruim 250 mensen een Dom-tatoeage zetten. Uit de verhalen bleek hun trots op de stad de belangrijkste drijfveer."

FUNDRAISING

Bij de werkzaamheden is veel materiaal verwijderd. Door het initiatief 'Van Dom tot Steengoed' krijgt dit een duurzame herbestemming. Van het restmateriaal zijn grote en kleinere kunstwerken gemaakt. Ook beschadigde ornamenten waren - en zijn - te koop. De opbrengst komt ten goede aan de restauratie.



Koningin Máxima en burgemeester Dijkzwaal stralen voor de Dom. Foto: Bas van Setten



Kensington bovenop de Dom. Foto: Koen Peters

De Stichting Utrechts Eigendom mobiliseerde het lokale bedrijfsleven. “Bijvoorbeeld door fundraising via het jaarlijkse Dombdiner. Bedrijven kochten tafels of stoelen voor dit event. Samen met een loterij en een veiling leverde dit elk jaar weer een substantieel bedrag op.”

SUPERSPECTACULAIR

Aan het einde van de zomer was ook de laatste steiger verdwenen. Sindsdien toont de Utrechtse Dom zich weer in volle glorie. Op 9 november 2024 werd de toren officieel teruggegeven aan de stad tijdens de viering van Sint-Maarten.

De manier waarop trok landelijk de aandacht. “Koningin Máxima ontstak de nieuwe verlichting. Die zorgt ervoor dat het gebouw nog beter tot zijn recht komt.”

Is de basisverlichting al superspectaculair, er zijn ook mogelijkheden voor speciale uitlichtingen in kleur. “Die bewaren we voor bijzondere gelegenheden,” stelt Bonenkamp. “Denk aan Koningsdag of de viering van Sint Maarten.”

MOOIESTE SLOTAKKOORD

Samen met Willem-Alexander – toen nog kroonprins – was Máxima er ook bij toen koningin Beatrix in 2013 de nieuwe verlichting in de Domtoren ontstak. “Aanleiding was de viering van de Vrede van Utrecht. We zijn erg blij dat zij opnieuw aanwezig wilde zijn en nu zelf de Dom in het volle licht zette – letterlijk en figuurlijk. De stad had zich geen mooier slotakkoord van de restauratie kunnen wensen.”



Foto Jan Buteijn



Foto Jelle Verhoeks in opdracht van Nico de Bont | TBI



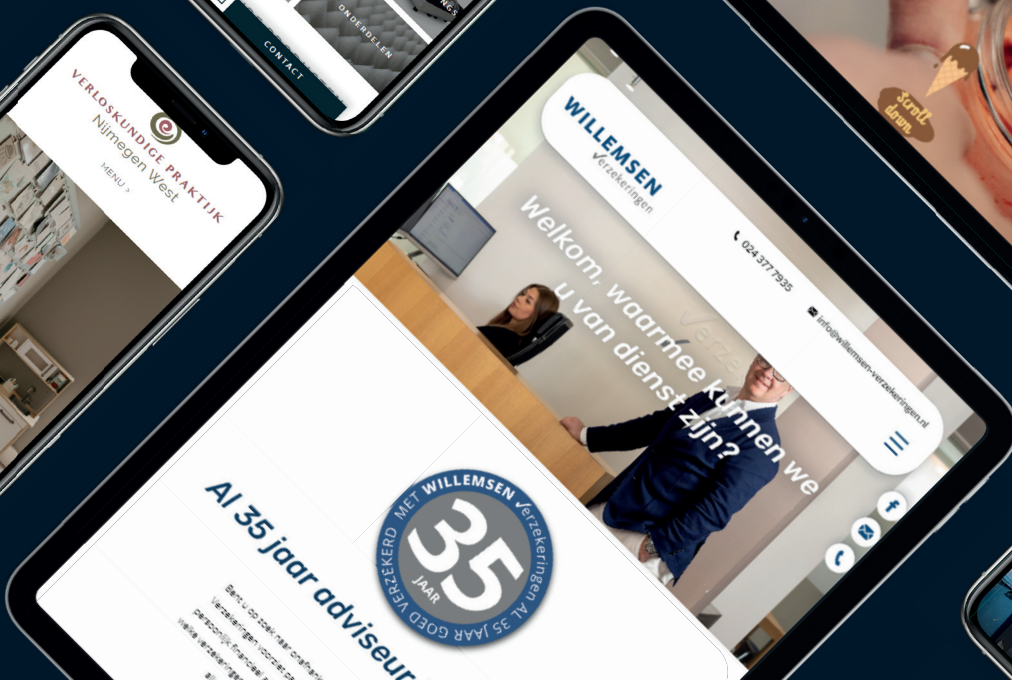
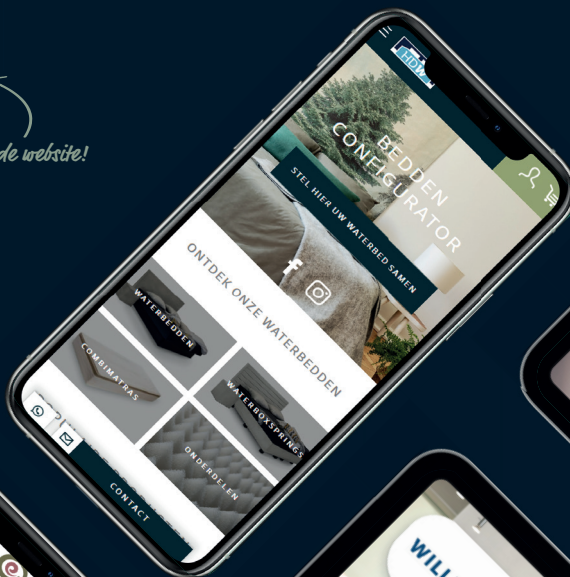
De restauratie is binnen planning en binnen budget uitgevoerd. Foto Jelle Verhoeks in opdracht van Nico de Bont | TBI

» Toe aan een nieuwe website?

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



Check de website!



ZO OVERTUIG JE JE KLANTEN OP LINKEDIN

Een LinkedIn-profiel is anno 2024 een van de belangrijkste manieren om je zakelijk te profileren. En volgens LinkedIn-expert Marjolein Bongers kun je met de juiste inzet van LinkedIn zelfs je bereik vergroten en je sales verhogen.

Marjolein Bongers geeft met haar bedrijf House of Social Media inmiddels alweer veertien jaar LinkedIn-trainingen aan diverse grote en kleine bedrijven. Vier jaar geleden volgde zij een studie beïnvloedingspsychologie en sinds 2023 is zij gecertificeerd Cialdini-trainer. “Oud-hoogleraar psychologie en marketing Roberto Cialdini heeft zeven wetenschappelijk onderzochte beïnvloedingsprincipes uiteengezet in zijn wereldberoemde boek ‘Influence: The Psychology of Persuasion’ uit 1984. Wanneer je deze principes toepast, kun je mensen ervan overtuigen om ‘ja’ tegen jou te zeggen. Ook op LinkedIn kun je deze principes toepassen om zo potentiële klanten te beïnvloeden om eerder ‘ja’ te zeggen tegen je product of diensten.”

WEDERKERIGHEID

Marjolein noemt als eerste het principe van wederkerigheid, waarbij mensen proberen evenredig te vergoeden wat de ander heeft gekregen. “Met andere woorden: ik doe iets voor jou, jij voelt de drang iets terug te doen voor mij. Via LinkedIn kun je bijvoorbeeld statusupdates of blogs plaatsen, of kennis delen in de vorm van tips, een whitepaper of een checklist. Pas je dit principe toe, dan moet je het wel onvoorwaardelijk doen, dus niet in ruil voor een e-mailadres of telefoonnummer. Ik deel zelf 80% van mijn kennis op deze manier en krijg daarmee een groot deel van mijn klanten binnen. Je hoeft niet bang te zijn dat je daarmee al je kennis weggeeft, want uiteindelijk zijn je klanten op zoek naar een maatwerkoplossing. Weet je niet wat je moet delen, vraag dan input aan je medewerkers, zoals drie tips binnen je eigen vakgebied waar de mkb-ondernemers echt iets aan heeft.”



Marjolein benadrukt dat aandacht geven aan je LinkedIn-connecties een belangrijk onderdeel is van dit principe. “Mensen reageren vaak op posts, maar iemand feliciteren met een verjaardag, werkjubileum of nieuwe baan vergeten we vaak. Het is een mooie vorm van aandacht geven die je uiteindelijk ook weer terugkrijgt. Let er dan wel op dat je niet de standaard tekstberichten stuurt, maar neem de moeite om een persoonlijk bericht te schrijven.”

SOCIALE BEWIJSKRACHT

Het tweede principe dat Marjolein graag inzet, is sociale bewijskracht door middel van een social proof LinkedIn-profiel. “Mensen die zich in een onzekere of onduidelijke situatie bevinden, kijken naar andere mensen om te bepalen welk gedrag juist is. Dat onbewuste kuddegedrag vertonen we allemaal. Wanneer een klant op jouw LinkedIn-profiel kijkt en nog twijfelt of hij of zij met jou zaken wil doen, dan kun je deze klant door middel van aanbevelingen overtuigen. Deze aanbevelingen kun je opvragen bij bestaande klanten die tevreden zijn over jouw werk, bij voorkeur wanneer een opdracht net is afgerond. Als de aanbeveling op zich laat wachten, dan kun je via LinkedIn een reminder sturen. Let wel: aanbevelingen werken alleen als je er meerdere hebt en als deze recent zijn. Je moet dus steeds om aanbevelingen blijven vragen. Ook is het belangrijk dat je potentiële klanten zich in de aanbevelingen herkennen. Wanneer je je richt op de top vijf van landelijke bedrijven en je alleen aanbevelingen van zzp'ers hebt, werkt het dus niet.”

SYMPATHIE

Het derde principe draait om sympathie. “Wanneer we iemand sympathiek en aardig vinden, zeggen we liever ‘ja’ tegen deze persoon. Uit wetenschappelijk onderzoek is gebleken dat we mensen die we fysiek aantrekkelijk vinden, eerder sympathiek vinden. Hetzelfde geldt voor mensen die een bepaalde gelijkens hebben, bijvoorbeeld qua hobby's, interesses of kledingstijl. Ook mensen die welgemeende en onderbouwde complimenten geven, vinden we sneller sympathiek.”

Marjolein geeft aan dat je eigen LinkedIn-profiel een belangrijke rol speelt bij het toepassen van dit principe. “Zorg voor een goede profielfo-

to waarop je glimlacht. Mensen hebben een positieve associatie bij glimlachende mensen en vinden jou dan sympathieker. Dat geldt ook voor mannen, ook al lachen zij vaak niet omdat zij denken dat ze zonder glimlach serieuzer worden genomen.”

Ook geeft ze de tip om bij je persoonlijke profiel bij het infogedeelte een persoonlijke samenvatting te plaatsen. “Hiermee kun je jezelf profileren door te vertellen wie je bent, wat je doet en wat je voor een ander kunt betekenen. Zet er ook iets over jezelf neer. Waar word je bijvoorbeeld blij van? Zorg wel dat je interesse breed zijn, zodat mensen zich in een bepaald aspect herkennen. En plaats complimenten in de comments onder een bericht, bijvoorbeeld over wat iemand schrijft of voor het delen van kennis.”

SNACKABLE CONTENT

De inzet van deze principes wordt nog eens versterkt wanneer je wat extra aandacht besteedt aan je berichten. “Snackable content die visueel aantrekkelijk is en lekker leest, werkt het beste. Denk aan korte berichten met een goede kop en een foto. Gebruik zeker bij lange teksten witruimtes en pas alleen emoji's toe als ze functioneel zijn en de post aantrekkelijker maken. Ook storytelling doet het goed. Plaats in plaats van een vacaturetekst een video met iemand met dezelfde functie en laat die vertellen over diens werk. Video's doen het sowieso goed op LinkedIn. Belangrijk is dan wel om je video's te ondertitelen, aangezien LinkedIn een stil medium is.”

ZAKELIJKE VIDEO'S

Marjolein haalt ook een nieuwe feature aan die LinkedIn gaat introduceren, waarmee je makkelijk zakelijke video's kunt maken en posten. “Het gaat om een videotab in je profiel. Wanneer je daarop klikt, kom je uit bij een video-omgeving waar je met je smartphone heel makkelijk zelf verticale video's kunt opnemen in de stijl van Instagram Reels en TikTok. Bovendien word je over het algemeen beloond met een groter bereik wanneer je gebruikmaakt van een nieuwe LinkedIn-functie. Het is dus zeker de moeite waard om dit uit te proberen, net als de principes van Cialdini.”

www.houseofsocialmedia.nl



Foto: Innovam

OOMT EN INNOVAM CONTINUEREN SAMENWERKING

Opleidings- en ontwikkelingsfonds OOMT en Innovam – de grootste opleider in de mobiliteitsbranche met het hoofdkantoor in Nieuwegein – werken ook de komende twee jaar intensief samen. Daartoe is een nieuwe overeenkomst getekend.

Werkgeverschap blijft een belangrijk thema. In 2025 zal Innovam in opdracht van OOMT opnieuw een team HR-experts op pad sturen

om ondernemers in hun rol als werkgever te ondersteunen. Speciale aandacht gaat uit naar het behoud van medewerkers. Jaarlijks stapte een grote groep werknemers over naar een andere werkgever, vaak buiten de mobiliteitsbranche.

Innovam en OOMT willen zich ook de komende jaren inzetten voor een sterkere regionale samenwerking tussen mbo-scholen en bedrij-

ven. Via een pilotproject ondersteunen BBL-adviseurs leerbedrijven met concrete adviezen in hun rol als opleider van BBL-studenten.

Op de foto v.l.n.r. Arnaud Koedijk (adjunct-directeur OOMT), Leo Fransen (algemeen directeur Innovam), Betsie Brink (directeur OOMT) en Herme Bruin (directeur Innovam).

MUTATIES BIJ BAM

Chief Financial Officer Frans den Houter gaat Koninklijke BAM Groep per 1 maart 2025 verlaten. Hij stapte dan over naar Aalberts waar hij dezelfde functie gaat bekleden. Den Houter was sinds 2018 CFO van BAM Groep. Hij wordt opgevolgd door Henri de Pater, momenteel executive director Finance van de divisie Verenigd Koninkrijk en Ierland van BAM.

Viviane Regout is per 1 december 2024 benoemd tot executive director van BAM Residential. In deze functie is zij verantwoordelijk voor alle Nederlandse activiteiten van BAM voor woningbouw en gebiedsontwikkeling: BAM Wonen, ontwikkelaar AM en het experience centre Homestudios, die samen BAM Residential vormen.

RUIM TIEN PROCENT NATIONALE INVESTERINGEN NAAR VERDUURZAMING ENERGIESYSTEEM

Nederland investeerde in 2023 minstens 25 miljard euro in verduurzaming van de energiehuishouding. Dat blijkt uit de Investeringsmonitor Energietransitie 2023 van SEO Economisch Onderzoek. Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Nederlandse Vereniging Duurzame Energie (NVDE), Invest-NL, Rabobank, Alliander en Gasunie.

Bedrijven nemen met 14 miljard euro het merendeel van de investeringen voor hun rekening. Daarna volgen

netbeheerders (7 miljard) en huishoudens (4 miljard). Dit cijfer ligt grofweg in lijn met de actuele inschatting van de investeringen die tot 2025 jaarlijks nodig zijn om de energie- en klimaatdoelen voor de lange termijn binnen bereik te houden.

Kanttekening bij de studie is wel dat de cijfers nog erg onzeker zijn. Voor een betere monitoring moet de onderzoeksmethode verder aangescherpt worden.

WIST JE DAT DE HELFT VAN JE NIEUWE MEDEWERKERS BINNEN 18 MAANDEN WEER VERTREKT?



GERALDINE SEPTER
CEO The LiveLab Company
www.thelivelabcompany.nl

Schokkend, toch? Succesvolle Onboarding? Jij en je team zijn verantwoordelijk!

Eindelijk, na maanden van werven en selecteren, in deze krappe arbeidsmarkt heb je een nieuwe medewerker gevonden. De eerste werkdag staat voor de deur. Nu begint de echte uitdaging: de onboarding.

Onboarding is geen formaliteit, het is de sleutel tot succes. Onderzoek toont aan dat slechts 29% van de medewerkers na de onboarding klaar is om te excelleren in hun nieuwe rol. En wist je dat de helft van de nieuwe medewerkers alweer vertrekt binnen 18 maanden? Schokkend, toch? Daarom moet onboarding geen bijzaak zijn, maar een strategische prioriteit.

DUIDELIJKHEID VANAF DAG ÉÉN

Een nieuwe medewerker komt in een onbekende omgeving terecht. Hoewel de vacaturetekst helder was, blijft er nog een reeks vragen over die onzekerheid kunnen zaaien. Hoe laat moet ik aanwezig zijn? Waar kan ik parkeren? Met wie lunch ik? Deze vragen lijken simpel, maar kunnen een enorme impact hebben op hoe welkom een nieuwe medewerker zich voelt. Zorg dus voor duidelijke communicatie, zowel praktisch als werkgericht.

Geef antwoord op vragen nog voordat ze gesteld worden, en biedt een buddy aan die de nieuwe medewerker bij de hand neemt. Dit helpt om niet alleen de werkdruk te verlichten, maar ook om een solide basis te leggen voor de rest van hun carrière binnen jouw organisatie.

HYBRIDE WERKEN EN ONBOARDING

De rol van de leidinggevende en het team tijdens de onboarding is cruciaal. Het is niet voldoende om jouw nieuwe medewerker simpelweg voor te stellen en daarna aan het werk te zetten. Let hier ook goed op met hybride werken. Wanneer zijn jullie op kantoor en wanneer werk je thuis? Leaders en teamleden moeten aanwezig zijn, vooral in die eerste week.

VOORBIJ DE HONEYMOONFASE

De eerste weken zijn vaak rozengeur en maneschijn. Alles is nieuw en spannend, maar de echte test komt pas daarna, als de nieuwigheid eraf is en de dagelijkse realiteit begint. Daarom is het cruciaal om in deze periode te blijven investeren in jouw nieuwe medewerker. Het is niet genoeg om af te vinken dat je medewerker is ingewerkt: het gaat erom dat ze zich echt onderdeel voelen van jouw team en de organisatie.

CONCLUSIE: EEN WARM WELKOM BETAALT ZICH TERUG

Onboarding is geen taak die je kunt afdoffen. Het is een investering in de toekomst van jouw organisatie. Door je te verplaatsen in je nieuwe medewerker, door duidelijkheid te bieden, betrokken te blijven en te luisteren, leg je een fundament voor succes. Een goede onboarding zorgt niet alleen voor tevreden medewerkers, maar ook voor productiviteit en loyaliteit op de lange termijn. Dus, waar wacht je nog op? Verplaats je samen met jouw team in je nieuwe collega en maak van zijn of haar start een vliegende!

Het doel van The LiveLab is jouw team en leiders succesvol te maken. We helpen bij jouw organisatie-uitdagingen, op welke manier dan ook, dus ook met onboarding. Dat begint altijd bij jou als leider. Ondernemers, managers, directieleden, noem maar op. Als leider heb jij een visie, maar nog niet de skills om daar te komen. Die visie heeft onze volledige focus. We koppelen je aan een ervaren mentor. Samen bepalen we waar knelpunten zitten en vervolgens komen we met een plan om deze te verbeteren. Geen trucjes, maar op een manier die passend is bij jou en je team. Dat kan gaan over 1-op-1 begeleiding, het trainen van specifieke vaardigheden en het bouwen van een functionerend team. We doen wat nodig is. Het doel is dat je in control en toekomstbestendig bent. Het moeiteloos voelt en je team zijn doelen behaalt.

Hulp nodig bij het vormgeven van een optimaal team met passend leiderschap, waarbij je nieuwe medewerkers blijvend kan binden en boeien? Neem contact op met The LiveLab Company.

www.thelivelabcompany

BELANGRIJKE STAP BIJ AANPAK NETCONGESTIE

UITBREIDING HOOGSPANNINGSSTATION BREUKELLEN VERSNELD

De vraag naar elektriciteit en de duurzame opwek van energie is de afgelopen jaren enorm gegroeid. Het huidige stroomnetwerk loopt tegen de grenzen aan. Netcongestie raakt steeds meer ontwikkelingen en duurzame ambities. Daarom moet de capaciteit zo snel mogelijk worden vergroot. Begin oktober 2024 is een Provinciaal Inspanningsplan (PIP) vastgesteld voor uitbreiding van het transformatorstation Breukelen-Kortrijk. Met gezamenlijke inspanningen is dit proces sterk versneld.

Het hoogspanningsstation in Breukelen-Kortrijk is een belangrijke schakel in het energienet voor de provincies Utrecht, Gelderland en Flevoland. Daarom is de vaststelling van het zogenaamde Provinciaal Inspanningsplan (PIP) voor de uitbreiding van dit station door de Utrechtse Provinciale Staten een cruciale stap voor de aanpak van netcongestie. Netbeheerder TenneT kan nu bij de gemeente Stichtse Vecht een omgevingsvergunning indienen voor de daadwerkelijke werkzaamheden.

SEPARATE NETWERKDELEN

Het huidige stroomnetwerk loopt ook in Midden-Nederland tegen de grenzen aan. De uitbreiding in Breukelen is een belangrijke randvoorwaarde voor de aanleg van noodzakelijke nieuwe stations in de provincie Utrecht. Ook voor bestrijding van de netcongestie in Gelderland en Flevoland is het project cruciaal. De netten van de drie provincies zijn met elkaar verknoopt. Door een opdeling in drie separate

**“NORMAAL
GESPROKEN NEEMT
DIT PROCES VEEL MEER
TIJD IN BESLAG.”**

netwerkdelen – zogenaamde pockets – worden straks de robuustheid en de beschikbaarheid van stroom fors verhoogd. Nieuwe stations in de pockets zorgen voor de zo noodzakelijke extra capaciteit.

STROOMVERBRUIK BLIJFT STIJGEN

Gedeputeerde Huib van Essen van de provincie Utrecht is blij met de versnelling van het proces. “Netcongestie zorgt ervoor dat forse maatregelen moeten worden genomen om overbelasting van het stroomnet te voorkomen. Ondernemers kunnen daardoor geen nieuwe grootverbruikersaansluiting krijgen op het netwerk.

Daardoor staat niet alleen de economische ontwikkeling, maar ook de verduurzaming stil van bestaande bedrijven die willen elektrificeren. Zelfs met deze maatregel is de verwachting dat het netwerk de komende jaren instabieler wordt omdat het stroomverbruik binnen de huidige aansluitingen zal blijven stijgen.”

AAN DE SLAG

De provincie Utrecht werkt samen met gemeenten en netbeheerders om de procedures die nodig zijn voor uitbreiding van het stroomnetwerk te versnellen. “We zijn erin geslaagd om het ruimtelijk plan voor dit PIP in een jaar tijd uit te werken en formeel vast te stellen,” aldus Van Essen. “Normaal gesproken neemt dit proces veel meer tijd in beslag, maar dankzij de inspanningen van alle betrokkenen is dit nu versneld. Hiermee bieden we TenneT de mogelijkheid om direct aan de slag te gaan met de verdere ontwikkeling van dit cruciale hoogspanningsstation.”



VAN CERTIFICERING TOT OPTIMALISERING

Ben jij ondernemer en loop je vaak tegen problemen aan zoals inefficiëntie door niet-geoptimaliseerde processen en het risico op sancties bij het niet naleven van veiligheidsnormen? Dan ben je niet de enige, en het is begrijpelijk.



Provison is een adviesbureau dat bedrijven helpt bij het opzetten, certificeren en onderhouden van managementsystemen voor kwaliteit, veiligheid, milieu en maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Het Utrechtse bedrijf ondersteunt organisaties bij het beheersen van risico's en het verbeteren van prestaties. Een hands-on benadering zorgt voor werkbare oplossingen in plaats van dikke rapporten. Provison gelooft in échte samenwerking en staat naast haar klanten als partner. Omdat ze vinden dat het proces ook leuk mag zijn, brengen ze energie en plezier in elk project. Zo kunnen ondernemers zich onbezorgd richten op waar ze écht goed in zijn: ondernemen.

ONMISBARE BEGELEIDING

Hoe werkt dit in de praktijk? Bij Barten Groep, een bouwbedrijf waar processen vaak complex zijn en waar het voldoen aan certificeringen zoals ISO 9001, ISO 14001 en VCA essentieel is, is goede begeleiding onmisbaar. Toen hun vorige adviseur vertrok, kwam Vincent Barten, directeur van Barten

Groep, in contact met Provison. "Provison heeft ons geholpen om niet alleen te voldoen aan de certificeringseisen, maar ook om echt inzicht te krijgen in hoe onze processen verbeterd konden worden," vertelt hij. "Wouter van Bommel begeleidt het team bij interne audits en biedt structurele ondersteuning bij kwaliteits- en veiligheidscontroles. Dit zorgt niet alleen voor verbeterde processen, maar ook voor een hogere kwaliteit en veiligheid op de werkvloer."

LEERMEESTER EN SPARRINGPARTNER

Voor Bryan van Dord, KAM-coördinator bij Barten Groep, bleek Wouter een essentiële steun. Als beginnend coördinator kende hij de basisprincipes, maar hij miste soms de praktische vertaling van de certificeringsnormen naar de werkvloer. "Wouter hielp niet alleen met het opzetten en naleven van deze normen, maar fungeerde ook als leermeester en sparringpartner. Hij heeft me vanaf het begin begeleid in het begrijpen van de eisen en hoe we die op een werkbare manier kunnen implementeren," vertelt Bryan. "Hij is altijd

beschikbaar voor vragen en denkt mee over de dagelijkse realiteit op de bouwplaats."

CONCRETE ACTIEPUNTEN

Naast ondersteuning bij certificeringen begeleidt Provison ook strategische processen. Eens per kwartaal zitten de directie en het managementteam van Barten met Wouter van Bommel samen om de strategische richting van het bedrijf te bespreken en verbeterpunten te formuleren. Dit resulteert in concrete actiepunten die het bedrijf vooruithelpen. "Met Wouters hulp hebben we nu een werkbaar systeem dat ons helpt om onze doelen gestructureerd na te streven," aldus de directeur.

Zo biedt Provison niet alleen de zekerheid dat aan de juiste normen wordt voldaan, maar ook dat bedrijven echt kunnen groeien en verbeteren, met een betrouwbare partner aan hun zijde. Heb je een vraagstuk waarmee Provison kan helpen? Neem dan contact op.

www.provison.nl

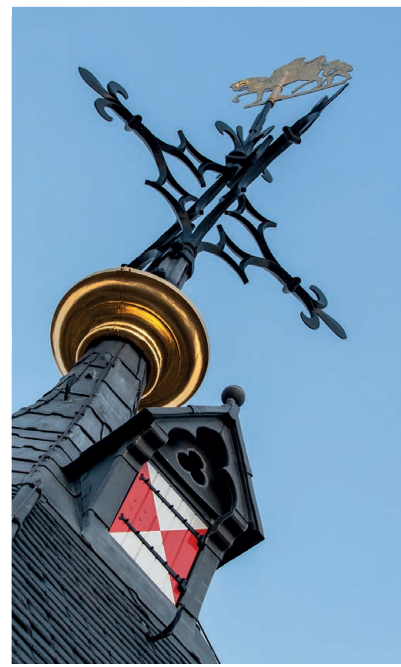
HERFSTBORREL ZO! UTRECHT BUSINESS IN GERESTAUREERDE DOMTOREN

NETWERKEN OP NIVEAU

De Herfstborrel van ZO! Utrecht Business vond in samenwerking met Utrecht Marketing plaats op de meest iconische locatie van de stad: de Domtoren. Na een uitgebreide restauratie die vijf jaar in beslag nam, is de ruim 112 meter hoge Dom weer in volle glorie te bewonderen.

Koningin Máxima gaf de toren tijdens de viering van Sint Maarten op 9 november officieel terug aan de stad. Leden en introducees van ZO! Utrecht Business kregen op 23 oktober al een sneak preview. Naast de presentatie van Vitality2improve viel ook het netwerken op niveau zeer in de smaak.







NU IN DE SHOWROOM LOTUS EMEYA



EMEYA



WAT MAAKT JOU ALS ONDERNEMER AANBEVELINGSWAARDIG VOOR JE NETWERK?



Sabine van der Hulst

45

Aanbevelingswaardig zijn als ondernemer gaat verder dan alleen goede producten of diensten leveren. Het draait om wie je bent, wat je doet, en hoe je waarde toevoegt aan je netwerk. In een wereld waarin je succes valt of staat met relaties en aanbevelingen, moet je zorgen dat je aanbevelingswaardig bent. Maar hoe pak je dit aan?

POSITIONERING: GEBRUIK HOKJESDENKEN IN JE VOORDEEL

Mensen categoriseren automatisch anderen op basis van wie ze zijn, wat ze doen en wat ze bieden. In plaats van dit te vermijden, kun je hokjesdenken juist in je voordeel gebruiken door jouw positionering hierop aan te passen. Weet in welk "hokje" je geplaatst wilt worden en zorg dat je presentatie en woorden dit consistent ondersteunen. Dit maakt het makkelijker voor anderen om jou te begrijpen en door te verwijzen naar de juiste contacten. Specifiek en congruent zijn in je presentatie en communicatie is essentieel voor succes.

NETWERKPROFIELEN: MAAK HET OVERDRAAGBAAR

Om aanbevelingswaardig te zijn, moet je netwerk precies weten naar wie je op zoek bent. Dit begint bij jezelf: wees duidelijk over welke mensen of bedrijven je zoekt en formuleer dit

concreet. Stel een netwerkprofiel op waarin je precies omschrijft wie iemand is, wat diegene doet, welke uitspraken ze doen, wat hen bezighoudt, en waar ze 's nachts wakker van liggen. Deze profielen bieden waardevolle informatie die het voor je netwerk makkelijker maakt om jou met de juiste mensen in contact te brengen.

FORMULEER WINSTGEVENDE ZOEKVRAGEN

Een krachtig hulpmiddel om aanbevelingswaardig te worden, is het stellen van winstgevende zoekvragen. Hoewel het eenvoudig lijkt, is dit vaak waar de meeste fouten worden gemaakt. Goede zoekvragen kunnen ervoor zorgen dat 50 tot 80% meer mensen je kunnen aanbevelen. Deze vragen zijn makkelijker te formuleren als je je netwerkprofielen hebt opgesteld. Het doel van een winstgevende vraag is om een beeld, idee of concrete naam bij de ander op te roepen zodra je de vraag stelt. De juiste vraag stimuleert het inbeeldings- en

verbindend vermogen van degene met wie je in gesprek bent, waardoor ze sneller aan jou denken wanneer een kans zich voordoet.

INTEGRITEIT ALS BASIS

Integriteit vormt de basis van alles. Aanbevelingswaardig zijn begint bij integer handelen: afspraken nakomen, deadlines respecteren en altijd hoge kwaliteit leveren. Mensen willen samenwerken met betrouwbare en integere ondernemers. Als je niet consistent en betrouwbaar bent, zal niemand je aanbevelen, hoe goed je product of dienst ook is.

Dit artikel is gebaseerd op het werk van Sabine van der Hulst, afkomstig uit haar programma Recommendation Ready. Sabine spreekt, coacht, traint en schrijft over de psychologie, strategie, communicatie en energie in de wereld van netwerken.



METAMORFOSE VOOR GALGENWAARD

Stadion Galgenwaard en omgeving ondergaan een metamorfose. Waar de verhouding werken en wonen er nu 82%/18% is, wordt dat in de toekomst 55%/45%. Begin november 2024 presenteerde MVSA Architects de plannen voor het gebied. In vier nieuwe hoektorens komen vijfhonderd woningen, deels met zicht op het veld. Het stadion krijgt zo'n vijfduizend extra plekken.

Voor de beoogde groei ziet Utrecht Stadion Galgenwaard en omgeving als belangrijke troef. De auto-ontsluiting is optimaal via de naastgelegen Waterlinieweg, terwijl de tram zorgt voor een snelle verbinding met Utrecht Centraal. De ligging aan de Kromme Rijn voegt kwaliteit toe. Het borgen hiervan vormt tegelijkertijd een belangrijke uitdaging bij de ontwikkeling.

VAN MASTERPLAN NAAR ONTWERP

Eind 2023 kocht FC Utrecht – met grootaandeelhouder Frans van Seumeren – stadion Galgenwaard. De bestaande bebouwing in de hoeken is aangekocht door Jongerius Invest en Dick Uittenbogert. Eerder maakte architectenbureau Mecanoo al een voorlopig masterplan voor het gebied. In samenwerking met Jongerius Invest, &Vastgoed en de gemeente Utrecht ging MVSA Architects

een stap verder en presenteerde eind oktober 2024 een ontwerp voor het stadion en de directe omgeving.

PRIVÉSKYBOX

In de plannen komt de hoogste bebouwing aan de noord- en westkant. Om de verbinding met de omringende natuur te waarborgen, wordt de bebouwing lager langs de Kromme Rijn. Die krijgt een nieuwe oever en er komt ruimte voor recreatie.

De woningen krijgen een groene uitstraling met beplanting op de balkons; een knipoog naar Wonderwoods in het stadscentrum. Een aanzienlijk deel van de woningen heeft zicht op het veld. Een privéskybox dus; zeker een extra verkoopargument.

Naast de appartementen is in de nieuwe hoekcomplexen ruimte voor 30.000 tot 40.000 m²



kantoren, horeca, commerciële en maatschappelijke voorzieningen. Hart van het gebied wordt een multifunctioneel plein waar evenementen kunnen plaatsvinden.

TIEN JAAR

Om de plannen te realiseren, zijn een aantal aanpassingen nodig. Als over een aantal jaren het huurcontract afloopt, zal het BP-tankstation verdwijnen. De afrit vanaf de Waterlinieweg wordt verlegd waardoor meer ruimte ontstaat. Datzelfde gebeurt door vooral ondergronds te parkeren.

De Utrechtse gemeenteraad buigt zich begin 2025 over de toekomst van het gebied en de plannen. Uitvoering ervan zal naar verwachting zo'n tien jaar in beslag nemen. Wanneer gestart kan worden, is nog niet bekend.



Rethink your office

“Bedrijven beseffen dat het anders moet en kan”

Arnoud Zweedijk - Desque

Fotografie: OnderNamen/Menno Ringnalda

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

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

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

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



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

Duurzame werkomgevingen richten we steeds vaker circulair in

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

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

www.desque.nl

desque.

rethink
your
office

OPDRUQ

Wij verzorgen kleding voor bedrijven van workwear tot aan merchandise.

Kom gerust eens langs in onze nieuwe showroom. Hier presenteren we diverse kleding en werkschoenen. We voorzien iedereen van advies op maat, over kleding voor je bedrijf. We helpen jou om te zorgen dat het personeel representatief en herkenbaar voor de dag komt. We bieden de service van borduren ook aan en wij bedrukken ambachtelijk met de hand, gewoon in Utrecht.



Waarom kiezen klanten ons?

Onze persoonlijke aanpak onderscheidt ons: bij ons krijg je altijd de kans om de kleding vooraf te passen. Zo weet je bijvoorbeeld goed welke maten er nodig zijn.

We werken uitsluitend met hoogwaardige kleding van mooie merken, gemaakt van goede materialen en fijne pasvormen. We zorgen vooraf voor een duidelijk digitaal voorbeeld.





We hebben als geschenk eigen theedoeken geborduurd.

Wij helpen jullie aan iets moois voor onder de kerstboom!

Heb jij nog een leuke bedrijfs- "kersttrui" nodig? Voor een einde jaars-pakket een leuke bedrukte tas, geborduurde muts of paraplu's voor het hele team? Wij regelen dat voor je!



En we zijn verhuisd!

Onze nieuwe drukkerij met showroom is gevestigd aan de Schaverijstraat 64 in Utrecht.

Om te vieren dat wij onze grotere locatie hebben, laten wij jullie graag meegenieten daarom hebben wij tot 31 december 5% korting op alle orders.

(vanaf 20 items)



Ontvang
5% korting

JOUW LOGO HIER

www.opdruq.nl
info@opdruq.nl
030 207 2733



HOELANG DUURT HET PROCES VAN DE VERKOOP VAN EEN ONDERNEMING?

Een veel gestelde vraag is: hoelang duurt het voordat mijn bedrijf is verkocht? Wat de duur van een overnametraject is, is niet zomaar aan te geven, omdat dit afhankelijk is van verschillende factoren. In het algemeen zijn er wel een aantal terugkerende fases in het aan- of verkoopproces van onderneming te onderscheiden. Elke fase heeft een gemiddelde tijdsduur. Door de gemiddelde duur per fase bij elkaar op te tellen, ontstaat dus een indicatie van de totale doorlooptijd.

HET VERKOOPPROCES BESTAAT SIMPEL GEZEGD UIT VIJF FASEN:

Strategische analyse
Vorbereiding
Acquisitie
Onderhandeling
Transactiedocumentatie en afronding

FASE 1: DE STRATEGISCHE FASE

De eerste fase omvat het bepalen van de verkoopstrategie, het opstellen van de waardering van de onderneming en het in grote lijnen plannen van de transactie. Deze fase duurt gemiddeld tussen de 4 en 6 weken, afhankelijk van de beschikbaarheid en de kwaliteit van (financiële) informatie en de daadwerkelijke bereidheid van verkopers om het verkooptraject te starten. In de praktijk blijkt dat het verkopen van een bedrijf vaak gepaard gaat met veel emotie. Er moet immers afscheid worden genomen van het bedrijf. Hierdoor worden beslissingen soms minder snel genomen, waardoor deze fase daardoor langer duurt.

FASE 2: DE VOORBEREIDINGSFASE

Vervolgens worden de voorbereidingen getroffen, zoals het uitwerken van de verkoopstrategie met een plan van aanpak, het opzetten van de transactiestructuur, het opstellen van een informatiememorandum van de onderneming en de eerste (voor) selectie van potentiële kopers. De voorbereidingsfase duurt gemiddeld tussen de 2 en 4 weken.

FASE 3: DE ACQUISITIEFASE

Deze bestaat uit het benaderen van (ge-selecteerde) potentiële kopers, het voeren

van oriënterende gesprekken en vervolgens het ontvangen van indicatieve biedingen. Afhankelijk van het bedrijf dat verkocht wordt, de interesse van potentiële kopers en het aantal gesprekken, zal deze fase gemiddeld 2 maanden in beslag nemen. Vaak loopt deze fase vloeiend over in fase 4.

FASE 4: DE ONDERHANDELINGSFASE

In deze fase vinden de onderhandelingen plaats, waarbij met sommige potentiële kopers nog kennis gemaakt moet worden (fase 3). Deze fase omvat het zoeken en beoordelen van de juiste match met de wensen en eisen van de ondernemer. Vaak vinden er nog aanvullende gesprekken plaats met de partijen om de biedingen te bespreken en verder te onderhandelen. De onderhandelingen zijn bedoeld om tot een akkoord op hoofdlijnen te komen. Ook hier kan de duur variëren, afhankelijk van het aantal geïnteresseerde partijen en hoe snel zij tot overeenstemming willen komen. Over het algemeen duurt deze fase 2 tot 4 weken.

FASE 5: DE TRANSACTIE- EN AFRONDINGSFASE

Het laatste deel van het verkoopproces bestaat uit het tekenen van de intentie-overeenkomst en het uitvoeren van een due diligence-onderzoek. Vooral het due diligence-onderzoek is een fase waar veel ondernemers tegenop zien vanwege de duur en de impact op de onderneming en ondernemer. Een due diligence-onderzoek kan veel tijd in beslag nemen. De duur hiervan hangt af van de omvang van het bedrijf en de kwaliteit van de administratie. Uiteindelijk moeten de koopovereenkomst en andere



transactiedocumenten worden opgesteld, uitonderhandeld en uiteindelijk ondertekend. Soms loopt het financieringsproces voor de koper parallel aan het due diligence-traject. In totaal schatten we de duur van deze fase op 2 tot 4 maanden.

WAT DE DUUR OOK IS, BEGIN OP TIJD

Samengevat varieert een verkoopproces van een onderneming tussen de 8 en 18 maanden, afhankelijk van hoe snel de juiste partij wordt gevonden en hoelang de onderhandelingen duren. Daarom is het belangrijk om op tijd te beginnen met de voorbereidingen, ook al gaat de bedrijfsovername pas over enkele jaren spelen. Het financieel klaarmaken van de onderneming betaalt zich altijd uit bij een bedrijfsovername.

Wilt u meer weten over de waarde van bedrijf? Via <https://www.mkbap.nl/waardescan> kunt u gratis uitvoeren. Onze waardescan geeft een helder en indicatief beeld van de waarde van uw onderneming. Dit is van groot belang bij het plannen van een verkoop, of dat nu op korte of lange termijn is.

Wilt u liever direct een vertrouwelijk gesprek met één van de overnamespecialisten? We zijn direct bereikbaar via 085 - 06 04 700 en www.mkbap.nl/waardescan



De stoerste arbodienst van Nederland

Onze bedrijfsartsen en inzetbaarheidscoaches dragen bij aan betere prestaties en meer werkplezier.

Wij doen meer dan alleen verzuimbegeleiding.

Samenwerken met lev arbo betekent niet alleen investeren in je medewerkers, maar ook de durf hebben om voorop te lopen in vernieuwende arbodienstverlening. Klaar om de regie te nemen voor een gezonde en productieve werkomgeving?

arbo met lev

www.levarbo.nl - hallo@levarbo.nl





‘VERANDERING MOET VANUIT DE EIGEN ORGANISATIE KOMEN’

52

Elke ondernemer zal het onderschrijven: het grote aantal veranderingen dat op bedrijven afkomt, is steeds moeilijker bij te benen en op een gestructureerde manier uit te voeren. Hoe verdeel je de middelen, wat als veranderingen elkaar bijten, wat zijn de prioriteiten? Lagant Groep in Amersfoort onderkent de behoefte aan verandervermogen en helpt ondernemers veranderingen duurzaam te implementeren in hun organisatie.

Bedrijven die niet inspelen op veranderingen in de markt, lopen het risico failliet te gaan. En overheden die hun verkiezingsbeloften niet inlossen, kunnen daarop worden afgerekend bij volgende verkiezingen. Desondanks blijkt verandering voor veel organisaties een hoofdpijn-dossier en lijkt de besluitvorming rond elkaar snel opvolgende wijzigingen steeds langer te duren. “Niet verwonderlijk, omdat directies overspoeld worden met informatie. Dan is het lastig precies die informatie eruit te pikken op basis waarvan je een weloverwogen besluit kunt nemen”, stelt Jeroen Ykema, algemeen directeur en mede-eigenaar van de Lagant Groep. “Wij willen de wereld een beetje beter maken door ervoor te zorgen dat veranderingen vaker succesvol zijn. Dat is de drive van onze mensen.”

Om klanten te helpen met veranderen, ondersteunt Lagant Groep, opgericht in 1991, hen met een drietal activiteiten: trainingen

(circa 150 standaardopleidingen via Lagant Academy), advisering (Lagant Management Consultancy) en interim-dienstverlening (Van Aetsveld), variërend van agile tot project- en programmamanagement. De Lagant Groep telt twintig medewerkers en nog eens tien associés, en werkt verder nauw samen met diverse partners. Ter illustratie noemt Ykema enkele actuele opdrachten. “Momenteel begeleiden we een cultuurverandering binnen een ziekenhuis, adviseren we een grote gemeente over haar portfoliomanagement en hebben we een projectmanager geleverd voor een ingrijpend infrastructuurproject bij een G4-gemeente.” Naast overheid en zorg, is Lagant Groep actief in branches als ICT, veiligheid, energie, retail en transport & logistiek.

Om te komen tot duurzame verandering, hanteren de Resultaat Regisseurs en Verandergidsen van Lagant Groep de volgende stelregel: klanten leren vissen in plaats van ze

vissen te blijven geven. “Verandering moet vanuit de eigen organisatie komen. Daarom ligt onze focus, zelfs in onze interim-dienstverlening, voortdurend op zo veel mogelijk kennis overdragen zodat een organisatie het op een gegeven moment zelf kan. We doen het voor, we doen het samen en daarna moet de organisatie het zelf doen”, betoogt Ykema, die als directeur goed begrijpt hoe lastig het kan zijn om je eigen organisatie continu te moeten aanpassen aan veranderende omstandigheden. “Je moet er als organisatie actief mee aan de slag en er dus ook medewerkers voor vrijmaken. Als je daartoe bereid bent, vergroot dit de kans op een succesvolle verandering.”

Lagant Groep
Stationsplein 26
3818 LE Amersfoort
T 0413-224106
E info@lagant.nl / info@aetsveld.nl
I www.lagantgroep.nl

De Utrechtse Business Borrel
& de Mariaborrel bundelen de krachten.

Wij presenteren u:

De Kerstborrel

20 december

Inloop vanaf 16.00-20.00 uur

Sociëteit De Vereeniging, Koning Willem 3 zaal

Mariaplaats 14, Utrecht

Kom de heerlijke kerstsfeer proeven tijdens deze
gezellige kerstborrel inclusief eten & 2 consumpties.
Aanmelden via onderstaande link of QR-code:
<https://www.eventbrite.nl/o/societeit-de-vereeniging-78878721863>



GRAND BAR & BRASSERIE





SCHUITEMAN FAMILY SERVICES: ZORGVULDIGE REGIE EN COÖRDINATIE VAN VERWORVEN
KAPITAAL EN FAMILIEVERMOGEN

EEN GERUSTSTELLEND GEDACHTE

De revenuen van goed ondernemerschap vormen een case op zichzelf. Er bestaan legio mogelijkheden om het opgebouwde familievermogen of het verworven kapitaal uit de verkoop van het bedrijf te laten renderen of een anderszins waardevolle bestemming te geven. Dit vereist echter zorgvuldige keuzes, zoals het selecteren van de juiste partijen, financiële verslaglegging, vermogensplanning en fiscale aangiften. Schuiteman Family Services neemt als family office de regie over dit hele proces en fungeert tegelijkertijd als sparringpartner.

Een solide bedrijfsvoering met een doordachte strategie kenmerkt het ondernemerslandschap in de Vallei-regio. De zakelijke successen die daaruit voortvloeien, leiden vaak tot de opbouw van een respectabel familievermogen en een verkoopwaarde die recht doet aan de geleverde inspanningen. “Met name wanneer het om een omvangrijk kapitaal gaat, zie je steeds vaker dat een onafhankelijke adviseur wordt ingeschakeld om de regie en de coördinatie over te nemen,” vertelt Annuska Wolff, manager bij Schuiteman Family Services en gespecialiseerd in dienstverlening aan vermogende families en ondernemers. “Zo’n partij beheert, adviseert en verzorgt de financiële verslaglegging en fiscale afwikkeling. Dit kan gebeuren in de vorm van een single family office: een kantoor dat rondom één familie wordt opgezet, geïnitieerd vanuit eigen gelederen en met eigen mensen in dienst. Meestal gaat het dan om uitzonderlijk groot kapitaal met vele belanghebbenden. Gebruikelijker is echter een multi family office, zoals wij, waarbij wij als vertrouwenspartner de regie en coördinatie van het vermogen voor meerdere families op ons nemen. Deze situatie ontstaat vaak vanuit een bestaande accountantsrelatie, waarbij we het bedrijf al goed kennen en waar veiligheid en privacy altijd voorop staan.”

**“DIT KAN ECHTER EEN
UITDAGING EN EEN
RISICO VORMEN ALS JE
ALTIJD GEFOCUST BENT
GEWEEST OP JE ACTIEVE
ONDERNEMING”**

UITDAGING EN RISICO

Wolff geeft een voorbeeld uit de praktijk: “Neem een ondernemer van begin 50 die eind 2023 zijn bedrijf met succes verkocht en daarmee een aanzienlijk kapitaal verwierf. Hoewel hij al in vastgoed belegde, wilde hij ook investeren in andere bedrijven. Dit kan echter een uitdaging en een risico vormen als je altijd gefocust bent geweest op je actieve onderneming en minder affiniteit hebt met financiële investeringen.

Hoe pak je dat aan? Opteer je voor een aandelenpakket op de beurs of past het karakter van private equity beter bij jouw wensen? Hoe bepaal je de waarde van een bedrijf wanneer je instapt en hoe evalueer je die waarde bijvoorbeeld na twee jaar? Je trekt niet zelf aan de teugels, maar wilt wel precies weten welke resultaten de onderneming boekt. Bovendien

moet alles worden vastgelegd: van de financiële verslaglegging tot de fiscale aangiften. Dit zijn precies de zaken waarbij onze family office de ondernemer volledig ontzorgt. We ondersteunen zelfs al in een vroeg stadium, bijvoorbeeld door het uitvoeren van due diligence, oftewel een boekenonderzoek bij het bedrijf waarin je wilt investeren. Binnen onze organisatie hebben we alle specialisten in huis, waaronder accountants, fiscalisten, juristen, corporate finance experts die het gehele proces begeleiden.”



ONAFHANKELIJKE POSITIE

Schuiteman Family Services neemt met haar family office een regisseursrol aan, maar houdt zich bewust afzijdig van rechtstreeks vermogensbeheer en directe beleggingsadviezen. “We gaan niet beleggen”, zegt Wolff. “Alle beslissingen met betrekking tot het kapitaal laten we aan de klant over. Wel staan we klaar als sparringpartner om te adviseren, zonder een beslissende rol aan te nemen. Dit doen we bewust om onze onafhankelijke positie te behouden, wat essentieel is voor een vertrouwensrelatie zonder belangenconflicten. Wel hebben we veel contacten in de financiële markten en brengen we de ondernemer of familie graag in contact met bewezen goede partijen om het kapitaal veilig onder te brengen, afgestemd op hun specifieke behoeften die we zorgvuldig hebben doorgenomen. Niet alleen met betrekking tot de balans tussen rendementsprognose en risico, maar ook ten aanzien van duurzame investeringen. Christelijke normen en waarden kunnen ook een belangrijke rol spelen in de besluitvorming. Dan komen vaker investeringen in maatschappelijke doelen en giften in beeld. We brengen de opties helder in kaart en zetten na het maken van een keuze door de klant een structuur op om het ondersteunen en zo fiscaalvriendelijk in te richten, binnen de ANBI-kaders.”

APPELS EN PEREN

Ook bij vastgoedbeleggingen stelt Schuiteman Family Services graag zijn expertise en netwerk beschikbaar. “We kunnen kritisch het beheer en het verloop van onder andere de huurstromen onder de loep nemen,” geeft Wolff aan. “Het ontzorgt de klant bovendien wanneer we de volledige administratie bijhouden en een periodiek overzicht verstrekken van de behaalde rendementen.

Daarnaast zorgen we voor transparantie. Indien de behoefte is om het kapitaal te spreiden over meerdere vermogenscategorieën en partijen, bestaat het risico dat je appels met peren gaat vergelijken. Dan is het prettig om een partner te hebben die de markt kent, tarieven en voorwaarden doorgrondt en duidelijk de verschillen uitlegt. Omgekeerd leggen wij ook regelmatig de wensen van onze opdrachtgevers aan partijen in de markt voor.

Schuiteman Family Services is een onafhankelijk multi family office dat vermogende families in de Vallei-regio ondersteunt bij het beheer, de planning en de fiscale afwikkeling van hun kapitaal, met focus op vertrouwen en privacy.

In de trant van: ‘Je aanbieding moet voldoen aan X of Y.’ We merken in de markt dat de nieuwe generatie vermogende mensen steeds actiever met hun kapitaal willen omgaan. Niet meer alles op een spaarrekening zetten, maar breder kijken naar mogelijkheden, zoals investeren in start-ups en crowdfunding.”

VOLGENDE GENERATIE

Over generaties gesproken: bij familievermogen kijkt Schuiteman Family Service altijd naar het hele plaatje, waarbij toekomstplanning een belangrijk onderdeel vormt. Wolff licht toe: “Stel dat je gaat investeren in een ander bedrijf via een directe deelneming, dan is het zinvol om na te denken over een structuur waarin je je kinderen medeaandeelhouder maakt. Zo kan de waarde voor hen groeien en voorkom je dat

alles in één keer naar de erfenis gaat, met de bijbehorende successierechten. We begeleiden onze klanten bij dit soort afwegingen. Wanneer betrek je de kinderen erin, wanneer kunnen zij over het geld beschikken, in welke mate krijgen zij zeggenschap en hoe leg je zulke afspraken juridisch vast? We kennen in ons netwerk ook mogelijkheden om de volgende generatie hierin te begeleiden en zelfs op te leiden in het beheren van het kapitaal. Een geruststellende gedachte voor de rest van de familie als dit allemaal geborgd is. Wij blijven daarbij altijd aan de zijlijn staan met advies, een kritische blik waar nodig en de expertise op het gebied van marktkennis, periodieke verslaglegging, fiscale en juridische aspecten.”

Meer informatie:
www.schuitemanfamilyservices.com






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**



Isabelle van de Nadort

specialist non-verbale communicatie

www.nonverbaaltje.nl
info@nonverbaaltje.nl

FOCUS OP GELUID

Om signalen van de stem op te vangen, is Focus op geluid een perfecte techniek waarbij je gehoorwaarneming verbetert.

- Zet een radio op een praatprogramma en loop vervolgens rond. Terwijl je rondloopt, vestig je de aandacht op subtiele geluidsverschillen. Probeer de tekst zo goed mogelijk te begrijpen en de verschillende nuances in de stem te herkennen. Verander af en toe het volume en de locatie waar je deze oefening doet.
- Doe een radio in een deel van een ruimte op een laag volume aan. Zet in dezelfde ruimte ook een andere radio aan en draai het volume hoger, totdat je de twee geluidsbronnen lawaaiig vindt. Beweeg door de ruimte en wissel je gehoor af tussen de twee radio's. Probeer woorden, intonaties en toonhoogtes te onderscheiden.
- Vraag iemand om zinnen uit een boek op verschillende emotionele manieren voor te lezen, terwijl hij of zij door de kamer loopt. Doe je ogen dicht, luister aandachtig, herhaal de zinnen hardop en probeer te herkennen welke emotie bedoeld wordt.
- Wanneer je bovenstaande oefeningen onder de knie hebt, kun je tijdens (eerst privé) gesprekken de focus op nuances in de stem leggen zoals: toonhoogte, intonatie, kracht, ademgeruis of stembereik.

Hoe beter je de nuances in een stem herkent, hoe meer je hoort.

VERHAALTJE VAN NONVERBAALTJE

Non-verbale communicatie is meer dan alleen weten wat de betekenissen zijn van een bepaalde beweging; het is ook zonder oordeel waarnemen. Zien wat er gebeurt, begrijpen waarom het lichaam een bepaalde beweging geeft en vooral veranderingen van signalen opvangen. In de rubriek Verhaaltje van NonVerbaaltje neem ik je mee in wat er achter een beweging schuilgaat en geef waarnemingstechnieken om lichaamstaal beter te kunnen observeren.

Ook tijdens een telefoongesprek verraad je lichaam via de stem jouw emotie. Het lichaam reageert bijvoorbeeld direct op spanning; bloeddruk gaat omhoog, hartslag versnelt, spieren spannen aan. De toegenomen spanning werkt door in de ademhaling, nek en strottenhoofd. De ademhaling komt hoger in de borst en keel en krijgt daardoor een ander, meestal hoger stemgeluid. De spanning heeft invloed op de keel en stembanden en geeft verandering van klank en volume.

Tijdens een multidisciplinair overleg bij Jeugdzorg hoorde ik dat de gezinsvoogd spanning voelde door een hoge, licht metaalachtige stem toen hij de argumenten over zijn bevindingen op tafel legde. De

forensisch psycholoog nam na de voogd het woord en had een diepe stem met ademgeruis; woorden kwamen kalm en weloverwogen uit zijn mond.

De uitkomsten uit het onderzoek stelden niemand gerust. Vooral bij de vader brak spanning uit; een hogere stemhoogte dan normaal en zijn stembereik nam toe. Ook praatte de vader snel, net alsof hij in paniek was en gebrek aan controle had. De moeder was angstig en antwoordde met een dichte en droge keel. Dit komt omdat vloeistoffen in ons lichaam sneller en naar meer verschillende plaatsen gestuurd worden om angst te onderdrukken. Hierdoor ontstaan krampen in de keelspieren die een droge keel geven.

WINTER- EN NIEUWJAARSBORREL



HEF TIJDENS DE WINTER- EN NIEUWJAARSBORREL VAN ZO! UTRECHT BUSINESS HET GLAS OP 2025.

Blik terug maar vooral vooruit. En leg mooie verbindingen met andere ondernemers in de unieke entourage van Fort de Gagel. Dit verdedigingswerk uit 1819 is onderdeel van de Nieuwe Hollandse Waterlinie en daarmee UNESCO Werelderfgoed.

Al ligt Utrecht binnen handbereik, het fort is een toevluchtsoord voor iedereen die het drukke stadse leven wil ontvluchten. Hopelijk zorgen winterse omstandigheden voor een passend kader.

Voor een extra dimensie zorgen de bijdragen van Deploytech – laat je bedrijf groeien met marketing automation – en van IGNE: all-in for the next big thing.

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

Einde bijeenkomst om 17.30 uur.

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

Inschrijven via de QR-code.
Wees er snel bij want vol is vol

WAAR EN WANNEER

Wanneer: 13 januari 2025
inloop vanaf 14.45 uur

Locatie: Fort de Gagel



DEZE BORREL WORDT MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR:



deployteq™





Daiwa House
Modular Europe



Een duurzaam thuis voor iedereen

Bij Daiwa House Modular Europe realiseren we woningen op een duurzame en snelle manier. Als grootste modulaire bouwer van Europa hebben we ruim 60 jaar ervaring, zowel nationaal als internationaal en maken we dagelijks het verschil met industrieel en circulair bouwen. Een toekomstbestendige woonomgeving maakt dromen waar en daar bouwen wij aan mee.

Zoekt u concrete woonoplossingen voor het woningtekort in Europa? Neem contact op via daiwahousemodular.eu

Creating Dreams,
Building Hearts.