



Dit document wordt u aangeboden door:

VALLEI

BUSINESS

[klik hier voor meer artikelen](#)

VALLEI

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 26 | NUMMER 1 | MAART 2012

BUSINESS®

Coverstory:

Huibers accountants - adviseurs

'Stimulans voor ondernemers'



Forum:

Valleiregio bereikbaar

Special:

Communicatie

Nationaal

Ramon Beuk, culinair ondernemer
'Kom uit de keuken'



BUSINESS

NATIONAAL





Business langs de Rijn

Vallei Business en Rivierenland Business geven binnenkort gezamenlijk de special 'Business langs de Rijn' uit. Een unieke uitgave, met name de combinatie Vallei Business en Rivierenland Business maakt dit magazine speciaal. Door de verspreiding in beide regio's bedraagt de oplage zo'n 9000 stuks en als u daarbij rekent dat deze gemiddeld door 3 personen wordt gelezen bereikt u al snel zo'n 27.000 zakelijke beslissers.

'Business langs de Rijn' wordt in juni uitgegeven en zal een levendig beeld schetsen van de bedrijvigheid aan de oevers van de Rijn.

Uiteraard komen de gemeenten, de diverse businessclubs en ondernemersverenigingen aan het woord. Maar vooral voor u, de ondernemer in deze regio, is dit dus de ideale kans om uw bedrijf in de spotlights te zetten en de lezers te informeren over uw organisatie, producten/diensten en specialisme.

Voor meer informatie of voor vragen, kunt u contact opnemen met Danny Toonen via 024-3503240 of danny@vanmunstermedia.nl

VOORWOORD



De eerste editie van Vallei Business 2012 is een feit. Helaas komen we later uit dan gebruikelijk. Het kan u niet ontgaan zijn dat met Koninginnedag dit jaar Rhenen en Veenendaal extra in de spotlight worden gezet. Ook Vallei Business wil graag aandacht schenken aan deze unieke gebeurtenis. Helaas zorgde de tragedie in Lech ervoor dat we alles op een laag pitje hebben gezet. Gelukkig gaat de feestdag gewoon door en kunnen we Koninginnedag extra aandacht geven. Hoe we dat doen leest u verderop in deze uitgave.

Het komende jaar willen we ook aandacht geven aan de regio FoodValley. Iedereen kent de term, maar er is nog veel waarvan het bedrijfsleven in de regio geen weet van heeft. Wij willen inzicht geven in wat er allemaal te beleven valt op dit gebied. Iedere uitgave nemen we een gemeente onder de loep en zoomen we samen met plaatselijke bedrijven in op de gemeentelijke focus en de bedrijvigheid eromheen. In deze uitgave bijt de gemeente Barneveld het spits af. Uiteraard komt de pluimveesector in beeld, maar we laten ook zien dat Barneveld meer is dan alleen maar kippen en eieren.

We spraken tijdens het forum over de bereikbaarheid van de Vallei. Een bedrijvige regio moet goed bereikbaar zijn anders staat alles stil. Er wordt dan ook op verschillende niveaus hard gewerkt om alles in beweging te houden. De bedrijven die aanschoven vertellen over hun ervaringen en visie op dit gebied.

We kunnen ondanks de vertraging weer een vol blad aanbieden en wensen u veel leesplezier.

Eelco Nauta

Hoofdredacteur Vallei Business

Eelco@vanmunstermedia.nl



Zakenmagazine voor
de regio Vallei
www.valleibusiness.nl

JAARGANG 26
maart 2012, editie 1

REDACTIE ADRES
MVM Productions BV, Postbus 6684,
6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Eelco Nauta

REDACTIE BIJDAGEN
Hans hoofd, Sofie Fest, Ingrid Artz,
Maaik van Helmond

VORMGEVING / OPMAAK
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

FOTOGRAAF COVER
Guus Baks

DRUK
Boumans en Verhagen

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Simone Brands t: 024-373 8502
Danny Toonen t: 024-373 8505
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst
tijdstip ingaan met een looptijd tot 31
december en worden automatisch verlengd
tenzij de abonnee uiterlijk voor
31 oktober schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 39 euro

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

Hoewel de informatie gepubliceerd in
deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht
en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten
de uitgever en de redactie uitdrukkelijk
iedere aansprakelijkheid uit voor eventuele
onjuistheden en/of onvolledigheid van de
verstrekke gegevens.

© 2011 Overname van artikelen is
slechts mogelijk na verkregen schriftelijke
toestemming van de uitgever

ABONNEES ONTVANGEN
6 keer per jaar het vakblad,
toegang tot het volledige archief op
www.valleibusiness.nl, 12x per jaar
de digitale nieuwsbrief, korting op
lezersaanbiedingen Vallei Business,
gratis opname bedrijvengids en
vacatureservice

BUSINESS NATIONAAL

Landelijk katern van de
regionale zakenmagazines
Postbus 14101, 3508 SE Utrecht
T 030-2512818 E ub@wxs.nl
I www.business-nationaal.nl
EINDREDACTIE: Hans Hajée
REDACTIEMEDEWERKERS:
William ten Brink, Arie Craanen,
Paul de Gram, Cees Louwers,
Mart Rienstra, Tony Vos
ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
T 030-2512818 E ub@wxs.nl
VORMGEVING bpMedia + Design

- 6** Coverstory: Huibers accountants-adviseurs
- 9** Colum juridisch advies; Van Veen Advocaten
- 10** Kantoor 2.0
- 12** Forum: Valleiregio bereikbaar
- 16** MVO: SITA gaat voor het verduurzamen van afvalstromen
- 18** Voor u gelezen
- 19** Business flitsen
- 21** Business flitsen
- 22** Vallei was erbij
- 26** Congrescentrum.com: De Wereld in 50 jaar
- 28** Samenwerking Helicon Bedrijfsopleidingen en Plantion
- 32** Flynth: Ondernemen inspireert

NATIONAAL



I Ramon Beuk over de kok als communicator

'Ik wil mensen blij maken'



VII Ad van Wijk gelooft in auto met brandstofcel

'Iedereen zijn eigen elektriciteitscentrale'



XIII Veel wordt bepaald door de rechtervoet

Groene auto's niet vanzelf zuinig

- 33** Gemeente Barneveld; Verrassend, vertrouwd en Veluws
- 36** Jansen Poultry Equipment
- 38** De kip en het ei veroveren de wereld
- 42** De Stelling; Food Valley

Thema Communicatie

- 46** Sociale netwerken zijn een must
- 50** Customer relations: Zijn uw klanten tevreden?
- 52** De Stelling

Thema Koninginnedag

- 56** Rhenen; Natuurlijk bijzonder
- 57** Veenendaal; Vorstin naar Veenendaal
- 58** Winkeliers Rhenen en Veenendaal
- 61** De opkomst van Koninginnedag



12 Ook bedrijven in de transport en logistiek kunnen hun werknemers slim inzetten

32 Zakelijk inzicht en inzet zijn essentieel



6 Stimulans voor ondernemers



33 Toch is Barneveld meer dan 'kip en ei'



37 Niet voor niets is agro&food één van de topsectoren van de rijksoverheid



38 Probeer bedrijven samen sterk te maken



53 We pakken het met de gemeenschap op

'Stimulans voor ondernemers'

'Stimulans voor ondernemers', typeert precies waar het bij Huibers accountants - adviseurs om draait. "Als een topcoach begeleiden we onze cliënten. We inspireren en adviseren MKB-ondernemers, zowel zakelijk als privé, om het best mogelijke resultaat eruit te halen. Dit klinkt logisch, maar schijn bedriegt en de praktijk is weerbarstig", aldus partner Ed Snitselaar.

Jeroen Huibers (partner) vult aan: "Ondernemers hechten steeds meer waarde aan een accountant die meedenkt tijdens het lopende boekjaar en praktische oplossingen aandraagt. En eerlijk is eerlijk, daar hebben ze natuurlijk volkomen gelijk in. Om een topprestatie te kunnen neerzetten, is het goed om zo nu en dan terug te blikken. Maar bovenal geldt: 'regeren is vooruitzien'. Ofwel vooruitkijken, inspireren, sparren en proactief meedenken met de ondernemer zodat hij zijn ambitieuze doelstellingen kan realiseren."

Tussentijdse managementrapportages

"Zonder goede stuurinformatie is het natuurlijk lastig om ambitieuze doelstellingen te kunnen realiseren. Goed leesbare en praktische managementrapportages spelen dan ook een belangrijke ondersteunende rol tijdens de persoonlijke begeleiding van onze cliënten. Naast de gebruikelijke jaarrapportages hebben we ook een klantvriendelijke manage-



Van links naar rechts: Jeroen Huibers, Mario van Kommer, Jos de Graaf, Pieter van den Hengel en Ed Snitselaar.



mentrapportage ontwikkeld waarin alle praktische stuurgegevens worden weergegeven. Desgewenst voorzien van de realisatie van targets (forecast), benchmarkgegevens en de belangrijkste verbeteracties. Bovendien geven we de belangrijkste zaken ook grafisch weer.

Hierdoor ziet de ondernemer in één oogopslag waar hij zijn business tussentijds kan optimaliseren. Op deze manier zijn we dus echt de sparringpartner van de ondernemer en werken we aan een win-win-situatie", Pieter van den Hengel (vestigingsmanager Zeist).



Ontzorgen

Jos de Graaf (partner) bracht zijn accountantskantoor recentelijk in en trad toe tot de directie van Huibers. Voornaamste reden? “Cliënten zijn steeds meer op zoek naar een professionele partner die hen volledig kan ontzorgen. Samen bieden wij voor vrijwel ieder ondernemersvraagstuk een passende oplossing. Voor de reguliere ondersteuning, zoals accountants-, administratieve, fiscale en loonadministratiewerkzaamheden, geldt dat we gebruik maken van moderne technieken. Technieken die het mogelijk maken om snel en efficiënt te kunnen werken. Zo scannen we de facturen in en worden (bank)mutaties steeds meer elektronisch ingelezen. Naast de reguliere werkzaamheden ondersteunen we onze cliënten tevens op het gebied van

juridische en hrm-zaken. Evenals bij vraagstukken betreffende due-diligence, financiële planning en ondersteunende automatiseringsdiensten. Kortom: cliënten kunnen vertrouwen op de kracht van een compleet en samenhangend advies.”

Menselijke maat

“Hoe vooruitstrevend we ook zijn in onze aanpak, het is en blijft mensenwerk. Welgemeente betrokkenheid, persoonlijke aandacht evenals snel en doortastend handelen, daar draait het om. En dat betekent dat zaken als: ‘een man een man, een woord een woord’ en klaar staan voor je klant, niet meer dan vanzelfsprekend zijn. We selecteren onze medewerkers daarom niet alleen op ervaring, kennis en vaardigheden, maar ook op klantvriendelijkheid.

Vice versa kaarten wij zaken aan bij onze cliënten die vaak onbesproken blijven. Ik noem een paar voorbeelden. Heeft de cliënt zijn overlijden in financiële zin goed geregeld? Is de ophanden zijnde overname goed overdacht? Voldoen de personeelsdossiers aan de eisen van deze tijd? Om kort te gaan: de menselijke maat is erg belangrijk”, aldus Mario van Kommer (vestigingsmanager Wijk bij Duurstede).

Focus op fiscale optimalisatie

“Altijd zijn we erop uit om de fiscale uitgangspositie van onze cliënten te optimaliseren, zowel zakelijk als privé. Uiteraard in samenhang met relevante bedrijfseconomische, financiële en juridische aspecten. Want het totaalplaatje moet kloppen. Overigens denken we altijd resultaatgericht. Zo adviseren we niet om te adviseren maar dragen we oplossingen aan die onze cliënten tastbaar voordeel opleveren. Altijd op basis van wederzijds vertrouwen. Want elkaar vertrouwen geeft de cliënt een optimaal rendement. Deze beproefde aanpak slaat aan. Niet alleen MKB-ondernemers uit de regio maar ook 's werelds beste DJ's ervaren Huibers als een ambitieuze, inspirerende en scherpzinnige sparringpartner. Als een stimulans voor ondernemers. En dat willen we ook graag zijn”, Ed Snitselaar (partner). ■

GIBO Groep Accountants en Adviseurs

heet per 1 januari 2012

FLYNTH

EEN NIEUWE NAAM. EEN VERTROUWDE ORGANISATIE!

Arnhem | Doetinchem | Elst | Groenlo | Lichtenvoorde
Lochem | Ulft | Winterswijk | Zevenaar | www.flynth.nl

ZAKENAUTOTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT

OPROEP AAN U ALS TROUWE LEZER

Meerdere keren per jaar treft u in Vallei Business de autotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de laatste modellen aan een kritische test onderwerpen. In april is het weer zover. Dan zullen de nieuwste zakenauto's door onze trouwe lezers worden getest. We sluiten deze enerverende testdag af met een heerlijk diner, waarbij u kunt netwerken met dealers en andere ondernemers in uw regio.

Bent u beslisser binnen uw organisatie en lijkt het u leuk om mee te doen? Surf naar www.valleibusiness.nl en laat uw gegevens achter. Uiteraard is deelname geheel gratis en vrijblijvend. We selecteren onze testrijders op basis van aanmelding, dus wees er snel bij.

Tot ziens op de zakenautotestdag



www.valleibusiness.nl

Verkopen op afstand



Onder verkoop op afstand wordt verstaan dat u als ondernemer iets verkoopt via internet, telefoon, fax of via een bestelbon uit uw catalogus. De consument wordt in dit soort gevallen extra beschermd. Hij kan het product thuis bekijken en dan bedenken of hij het product wel echt wil hebben. Indien de consument besluit het product te retourneren, dan krijgt hij zijn geld terug mits het product tijdens de bedenktijd wordt teruggezonden. Deze bedenktijd van zeven dagen noemen wij ook wel de zichttermijn. Het is van belang dat u zich goed vergewist van de regels die gelden voor 'Koop op Afstand'.

Zo moet u als verkopende partij bij het aangaan van de overeenkomst altijd informatie verstrekken over de bedenktijd en de mogelijkheid tot het retour zenden van een product. U moet daarbij het adres of telefoonnummer van uw onderneming of klantenservice opgeven zodat de consument contact met u kan opnemen als hij een vraag heeft. Indien de verkopende partij nalaat deze gegevens te verstrekken krijgt de consument een extra bedenktijd van drie maanden. Geeft u als verkopende partij de informatie wel, echter te laat, dan geldt vanaf het moment van het verstrekken van de informatie een bedenktijd van zeven dagen.

De bedenktijd gaat in, één dag nadat het product door de consument is ontvangen. Koopt de consument geen product maar bestelt hij een dienst, dan gaat de bedenktijd in op het moment dat de dienst is besteld.

De consument krijgt geen bedenktijd indien hij de volgende producten op afstand koopt:

- reizen die via internet worden geboekt;
- tijdsgebonden producten, zoals tijdschriften;
- bederfelijke waar, zoals eten of bloemen;
- producten die speciaal op maat worden gemaakt, bijvoorbeeld foto's of een maatpak;

- indien de consument een dienst bestelt die hij meteen wil laten ingaan, bijvoorbeeld een abonnement voor een mobiele telefoon, dan heeft hij eveneens geen bedenktijd.

De verzendkosten die gepaard gaan met het terugzenden van het product moet de consument zelf voldoen. De ondernemer moet vervolgens binnen zeven dagen na ontvangst van het geretourneerde product de aanschafprijs aan de consument terug betalen.

Nieuwe regelgeving:

Het Europese Parlement heeft in juli 2011 nieuwe regelgeving aangenomen om de consument nog beter te beschermen. De standaard bedenktijd zal langer worden, namelijk veertien dagen. Indien de ondernemer niet duidelijk maakt dat er een dergelijke bedenktijd is, wordt de bedenktijd verlengd naar een vol jaar. Voorts geldt als nieuwe regel dat voor een betaling met een creditcard niet meer aan kosten in rekening mag worden gebracht dan de creditcardmaatschappij bij de ondernemer in rekening brengt. Bovendien moet bij aanbiedingen via internet de totaalprijs worden vermeld, dus er mag geen sprake zijn van verborgen kosten. Eveneens zal het vooraf aanvinken van aanvullende producten, denk daarbij aan een annulerings- of reisverzekering bij een vakantieboeking, straks verboden worden.

Deze regelgeving zal waarschijnlijk op zeer korte termijn in de Nederlandse wetgeving worden geïmplementeerd. Het is zaak dat u als ondernemer op dat moment uw voorwaarden en uitingen op bijvoorbeeld uw website conform deze nieuwe regels aanpast.

Indien u daar prijs op stelt kunt u zich bij mij aanmelden, dan stel ik u van de ingangsdatum van de wijziging op de hoogte. Uiteraard kunt u zich ook bij mij melden als u nadere informatie wenst. ■

Mevrouw mr A. Boeve

Van Veen Advocaten - Keesomstraat 9 - 6717 AH EDE
Tel. 0318 – 68 78 65 - Fax. 0318 – 68 78 09
E-mail: a.boeve@vanveen.com

Kantoor 2.0

TEKST HANS HOOFT

Kantoorhoudende organisaties zijn de afgelopen jaren geconfronteerd met een probleem: ze moesten niet alleen personeel ontslaan vanwege de stagnerende economie, de mensen die er nog werkten, waren vaak niet aanwezig (HNW, weet u nog?) of wilden een ander soort werkplek. Het idee was toen om de overbodige vierkante meters af te stoten om de kosten te drukken. Maar wat doe je nu met de overblijvende ruimte?

Tot ongeveer eind jaren '80 was het vrij eenvoudig om een kantoorplan te ontwerpen. Eigenlijk hoefde op de werkplek alleen extra ruimte te worden gemaakt voor de pc met de monitor, de kast en het toetsenbord, die de typemachine in rap tempo verving. Die kasten en monitors werden gelukkig steeds kleiner, dus konden de werkplekken weer inkrimpen. En dat was wel zo prettig, want de vierkante-meterprijzen schoten omhoog. Die werkplekken bevonden zich vaak in kantoor-tuinen, grote open ruimtes gevuld met individuele bureaus. Aan de randen van die kantoor-tuinen bevonden zich dan de kamers van de leidinggevendenden.

Extern

Vandaag de dag zijn veel van die kamers leeg, of worden ze tijdelijk gebruikt door iemand anders dan degene wiens naam op de deur prijkt. De grotere kamers zijn in gebruik als vergader- of projectruimtes. De voormalige 'bewoners' zijn extern: in vergadering, bij klanten, aan de andere kant van de wereld, of thuis aan het werk. Ook veel van de open office werkplekken zijn leeg. De mensen die daar normaal zouden zitten, maken gebruik van de verworvenheden van Het Nieuwe Werken, en zitten dus ook thuis, of waar dan ook, te werken. Eén of twee keer in de werkweek komen ze naar het kantoor om collega's te ontmoeten. Dat gebeurt dan in projectkamers, of in de kantine.

De afgelopen jaren heeft menige organisatie zijn structuur en processen radicaal moeten aanpassen. Om concurrerend te

blijven in steeds grilliger wordende markten hebben ze geëxperimenteerd met allerlei management- en organisatie-modellen. De investeringen in ICT, Arbo-conforme faciliteiten en opleiding van de medewerkers zijn schrikbarend hoog geweest.

Echter, steeds meer organisaties komen erachter dat na al die jaren van herstructurering, inkrimping van personeel en ruimte, ze faciliteiten hebben die nauwelijks nog een raakvlak hebben met de doelen die ze zich gesteld hebben en de werkzaamheden die hun mensen moeten verrichten. Hele rijen werkplekken zijn onbemenst of worden niet intensief gebruikt omdat de gebruikers – als ze al aanwezig zijn op kantoor – zijn gaan werken in ruimtes die daar eigenlijk niet geschikt voor zijn: koffiecorners, kantine, grote vergaderzalen. De met zorg ingerichte kantoren staan dan leeg, en dat is in feite kapitaalvernietiging.

Teams

Kantoorwerkers werken veel meer samen, in teams, dan vroeger, en ook op veel meer verschillende locaties. De technologische ontwikkelingen hebben dit mogelijk gemaakt. Maar die ontwikkelingen en de resultaten ervan worden veelal nauwelijks ondersteund of mogelijk gemaakt door de traditionele kantoorinrichtingen. Werken kun je tegenwoordig overal, maar of de ruimte dat werken voldoende ondersteunt, is een tweede. Dat is ook de reden waarom veel kantoorhoudende organisaties radicale maatregelen nemen: de individuele kantoren

worden afgeschaft en de ruimte die daarmee vrijkomt wordt onderverdeeld in werkcentra die de diverse taken ondersteunen: vergaderen, training, onderzoek, geconcentreerd werken, samenwerken, enzovoort.

Maar omdat er nog steeds heel veel mensen zijn die de voorkeur geven aan een gewone, traditionele werkplek, zien we dat beide extremen (one-size-fits-all tegenover specifiek) naast elkaar kunnen bestaan in een kantooromgeving. Die voorkeur is trouwens niet aan leeftijd gebonden, zo blijkt uit diverse onderzoeken die de laatste tijd zijn gehouden. Zoals Het Nationale WerkplekOnderzoek van newDirections, 365 en Gispén, het Trendrapport Young Professionals 2.0 en het Nationale Werkonderzoek van JobTrack.nl.

Voor de organisaties gaat het erom, de goede werkers aan te trekken en te behouden. Dat houdt in dat die organisatie flexibel moet zijn in het indelen/inrichten van de ruimtes die hij tot zijn beschikking heeft – en de medewerkers de gelegenheid bieden, elders dan op kantoor te werken. Nieuwe manieren van werken vragen om ruimtes die de taken die erin worden verricht, efficiënt en effectief ondersteunen. Wat dat betreft is het traditionele kantoor minder geschikt, evenals de standaard vergaderzaal. De facilitair manager zal er dus voor moeten zorgen dat de ruimtes de werkprocessen ondersteunen. Daarvoor zal hij of zij een gedegen analyse moeten (kunnen) maken van die werkprocessen. En omdat



de manieren van werken als gevolg van die technologische en maatschappelijke ontwikkelingen blijven veranderen, zal hij of zij constant de vinger aan de pols moeten houden van die processen – gekoppeld aan de bedrijfsstrategie! Omdat elke organisatie zijn eigen dynamiek heeft, is er geen één oplossing waarmee de problemen qua huisvesting kunnen worden getackeld. We kunnen wel een algemene uitspraak doen: beschouw de zakelijke ruimte als een plek voor activiteiten centra die zowel groeps- als individueel werken ondersteunen.

Analyse

Maar als organisaties al ruimte hebben ingeleverd, hoe realiseer je die activiteiten centra dan? De bureau's/werkplekken hoeven al niet meer zo groot te zijn als vroeger: de monitoren zijn slanker, de laptop vervangt de standaard pc, en opslag en archivering vindt steeds vaker digitaal plaats. Daarmee wordt al meer ruimte gewonnen, maar pas op: analyseer de behoefte qua ruimte per werkplek/medewerker/team. Sommigen hebben meer

ruimte nodig dan anderen. Kijk ook naar verschillen in teams: een werkgroep van vijf personen heeft geen behoefte aan een vergaderzaal van 50m². Een voorbeeld van een dergelijke analyse is: maak een overzicht van de verhouding werknemers-werkplekken op basis van deze criteria: individueel (permanent toegewezen), individueel (gedeeld toegewezen, bijvoorbeeld door 2 personen), telewerkers (het zogenoemde hoteling); en vrij toegewezen.

Van de andere kant - als je dan toch een ruimte hebt van 50m², deel die dan praktisch in voor een team. Dat wil zeggen: maak centraal een overlegplek, eventueel afgescheiden met kasten, planten of (verplaatsbare) schermen, en positioneer aan de zijkanten individuele werkplekken voor die 5 medewerkers. Als het even mee zit, houd je dan nog ruimte over, bijvoorbeeld voor een koffiehokje of een plek waar een korte presentatie kan worden gehouden voor de teamleden. Of voor een telefoonhokje waar je even ongestoord – en niet afgeluisterd – kunt bellen.

Doel en prioriteiten

Let bij de inrichting op het doel van het team en zijn prioriteiten. Gaat het om creativiteit, of om productiviteit en effectiviteit? De inrichting, afwerking en meubilering moeten, zoals al eerder gezegd, de processen stimuleren. Brainstormen vraagt een heel andere inrichting dan rapportage. Maar omdat we ook al constateerden dat organisaties per definitie dynamisch zijn, is het raadzaam om voor meubiliar te kiezen dat betrekkelijk eenvoudig kan worden aangepast aan andere toepassingen. Dat is wat moeilijk met de zitzak uit de brainstormruimte, maar een beetje bureaustoel kan ook worden versteld en er zijn voldoende werktafels op de markt die multifunctioneel zijn, zoals in hoogte verstelbaar of koppelbaar. De technische faciliteiten vormen sowieso al geen probleem meer: de laptop en de gsm maken de medewerkers los van de vaste werkplek. Zo kan alles samenwerken om de productiviteit te optimaliseren. ■

Valleiregio bereikbaar

Voor een economisch sterke regio zoals de Gelderse Vallei is een goede bereikbaarheid essentieel. Ondanks de vele wegverbredingen en verbeteringen, blijft het maar de vraag of de wegen niet dicht zullen slibben. Vallei Business vroeg bedrijven in de regio om plaats te nemen aan tafel om te praten over de bereikbare Vallei en voor welke uitdagingen de transportsector staat.

Over de noodzaak om de Valleiregio bereikbaar te houden zijn alle aanwezigen het eens. De uitdagingen liggen voornamelijk bij de ontsluiting van de bedrijventerreinen. Ruben van den Hamsvoort werkt in de regio samen met verschillende

overheden en het bedrijfsleven om de verkeersdruk in de spitsuren te verminderen: "Wij stellen als doel dat er vijf procent minder auto's op de weg komen. Er moeten minder knelpunten in de infrastructuur komen, maar ook bedrijven moeten hun

werknemers stimuleren om voor alternatieven te kiezen."

Dat er maatregelen gewenst zijn, blijkt uit de ervaringen van de verschillende transportbedrijven die zijn aangeschoven. "Wij zitten op de Kievitsmeent en dat is goed bereikbaar", vertelt Diana Beukhof. "Ik merk alleen wel dat het met de fiets lastig is, het fietspad ligt er wel maar is niet verlicht en dat weerhoudt medewerkers ervan om op de fiets te komen. Ik vind dat wel een punt wat moet worden aangepast, wij willen mensen stimuleren om op de fiets te komen en dan is verlichting op het fietspad wel belangrijk."

Vlnr: Peter Bakker, Diana Beukhof, Arian Snetselaar, Arjan Nap, Sietze Ketelaar, Joep Rhebergen, Ruben van den Hamsvoort



Een knelpunt om fietsen te promoten bij werknemers zit hem volgens Joep Rhebergen in de veiligheid op en rondom de industrieterreinen. "Er is vaak te weinig oog voor een goede infrastructuur voor fietsers. Als je in de spits kijkt en je ziet welke capriolen fietsers moeten uithalen om hun bedrijf te bereiken of om van een terrein weg te komen, dan is dat soms levensgevaarlijk. De paden moeten eigenlijk los staan van de weg en een veilige mogelijkheid bieden om het industrieterrein op en af te kunnen."

"Het industrieterrein waar Plantion is gevestigd is heel slecht bereikbaar middels het openbaar vervoer", zegt Peter Bakker. "Er zijn gewoon geen alternatieve manieren om ons terrein te bereiken dan de auto. Ik vind het een basisvoorwaarde dat het openbaar vervoer goed is geregeld. Wat spits tijden betreft zijn wij wel een buitenbeentje denk ik. Onze dag begint om vier uur 's ochtends dus dan is het rustig. Onze klanten die rond een uur of negen bij ons vertrekken komen wel vast te staan richting de snelweg." Ruben van den Hamsvoort kent de problemen en inventariseert samen met bedrijven de problemen waar ze tegenaan lopen. "Wij stellen de gemeenten op de hoogte wat knelpunten zijn en wat er beter kan. Er wordt goed geluisterd, maar het kost tijd om dingen voor elkaar te krijgen. Toch moet ik zeggen dat we in deze regio goed bezig zijn om de bereikbaarheid te verbeteren."

Deelnemers:

Arian Snetselaar
Arjan Nap
Ruben van den Hamsvoort

Peter Bakker
Joep Rhebergen
Diana Beukhof

DB Schenker BV
Nap Internationaal transport
Mobiliteitsmakelaar
De Bereikbare Vallei
Plantion
DB Schenker BV
B&M Koeriers

Voorzitter: Sietze Ketelaar

Locatie: L'Orage Ede

Dissel Development



A30

Aan een goede ontsluiting van de regio wordt hard gewerkt. De snelwegen worden verbreed en de regionale en lokale infrastructuur wordt op de schop genomen. Een heet hangijzer is de vraag of de A30 aansluiting moet krijgen op de A15. Volgens de deelnemers is dit essentieel om de doorstroming op gang te houden. "De Noord-zuidverbinding is vanuit de Valleiregio een knelpunt", zegt Peter Bakker. "Als je de A30 doortrekt en aan laat sluiten op de A15 en daarnaast bij Nij-

kerk op de A28 aansluit, krijg je een doorgaande route die parallel loopt aan de A2. Je ontlast het hoofdverkeer ermee, nu rijdt iedereen eerst naar de A2 en gaat dan richting het noorden of zuiden. Door de snelwegen slim met elkaar te verbinden loopt het ook elders minder snel vast omdat je alternatieven hebt."

Het doortrekken van de A30 heeft naast een betere doorstroming volgens Arian Snetselaar positieve gevolgen voor de uitstoot. "Nu rijd je in beide richtingen in een fuik en sta je vast, dan moet je optrekken



koeriersdiensten en kleintransport
koel- en diepvriesvervoer, op- en overslag

Kryptonstraat 6 - 6718 WR Ede - T 0318-641334 - www.bmkoeriers.nl



en weer afremmen. Een wagen die gewoon blijft rijden, stoot veel minder uit.” Daarmee snijdt hij een ander punt aan waarmee de transportsector veel mee te maken heeft; MVO. Als het om uitstoot van CO2 gaat, wordt de sector als eerste verdachte aangemerkt en gezien als grote vervuiler. Toch wordt er door de bedrijven hard gewerkt en is de uitstoot de afgelopen jaren drastisch omlaag gebracht.

Arjan Nap: “Wij doen heel veel met Het Nieuwe Rijden. Voor ons zijn de brandstofprijzen en uitstoot belangrijke thema’s. Door onze chauffeurs continu bewust te laten zijn van hun verbruik en de punten

waarop besaard kan worden, levert veel op. Je moet er als werkgever wel steeds mee bezig blijven en de discussie binnen de organisatie levendig houden. Maar er komen ook steeds meer technische mogelijkheden die helpen om schoner en zuiniger te vervoeren, de motoren worden zuiniger en de formaten van de banden veranderen, al die beetjes helpen.”

Voorzitter Sietze Ketelaar vraagt zich af in hoeverre klanten MVO als eis stellen aan hun vervoerder.

“Wij zien dat het niet echt een eis is, maar er wordt wel naar gevraagd”, vertelt Diana Beukhof. “Wij rijden op groengas en laten

een extern bedrijf onze bandenspanning regelmatig controleren. Wij hebben technische hulpmiddelen in onze auto’s ingebouwd om de chauffeur te helpen om zuinig te rijden. De reacties hierop zijn wel altijd positief.”

Verantwoord vervoer speelt bij bedrijven en er is vraag naar, maar volgens Arian Snetselaar hangt de mate waarin ook vaak af van de economische toestand. “We hebben klanten die voorwaarden hebben vastgelegd waaraan een transporteur moet voldoen. Helaas merken we ook dat er in wat mindere tijden sneller van de eisen wordt afgestapt. Voor ons heeft het wel



J.A. NAP Internationaal Transport BV

Herzstraat 12 - 6716 BT Ede

T 0318-622510 - F 0318-639141

E h.nap@naptransport.nl - I www.naptransport.nl

positieve effecten gehad, door de voorwaarden die klanten stelden, zijn wij ook veel bewuster geworden. Als de hele keten zich ermee bezig houdt, trek je vanzelf de andere mee.”

Personeelstekort

Een zeer actueel thema zijn de dreigende personeelstekorten. Vooral voor de komende jaren wordt dit probleem naar verwachting steeds nijpender. Bedrijven in de sector nemen steeds vaker buitenlandse chauffeurs in dienst die goedkoper zijn. “Het is voor ons lastig om aan goede chauffeurs te komen”, vertelt Arjan Nap. “Wij gebruiken geen buitenlandse chauffeurs omdat wij een persoonlijke band met onze klanten hebben. Het gaat om een stukje kwaliteit die wij eisen en die standaarden liggen hoog. Nieuwe chauffeurs worden door ons opgeleid omdat ze in het begin niet aan de kwaliteitseisen van onze klanten voldoen. Bij veel Oost-Europese chauffeurs ligt dat niveau gewoon veel lager. Maar we hebben er wel mee te maken gehad, klanten gingen gebruik maken van goedkopere krachten en dan valt er voor ons een stukje handel weg. Toch is dat voor ons geen reden om op kwaliteit in te moeten boeten.”

Joep Rhebergen denkt dat het efficiënt inzetten van de verschillende vervoersmiddelen een groot deel van eventuele problemen op zal vangen. “Ik denk dat je gebruik moet maken van de innovaties die op dit gebied spelen. Door bijvoorbeeld gebruik te maken van multimodaal vervoer, kan er op een snelle en goedkopere manier vervoerd worden, plus dat het uitstoot scheelt.”

Ook Peter Bakker denkt dat innovatief vervoer een belangrijke rol gaat spelen in de toekomst. “Transport is een essentieel onderdeel van een hele keten. Wij zien dat er steeds meer mogelijk is, de sector gebruikt sinds kort bijvoorbeeld treinen om

Tips&Tricks

Joep Rhebergen: “Denk eens out of the box. Wees niet bang om eens heel rationeel te kijken waar je kan besparen.”

Peter Bakker: “Probeer je gezondheidsgedrag in te bedden in je dagelijkse praktijk. Maak gebruik van de dingen die mensen eigenlijk al doen en bouw dat uit.”

Ruben van den Hamsvoort: “Probeer dingen eens uit en laat je medewerkers mogelijkheden ervaren. Experimenteer met mogelijkheden.”

Arjan Nap: “Kijk niet alleen naar je eigen organisatie, maar ook naar je leveranciers, bijvoorbeeld je vervoerder. Samen kan je op innovatieve ideeën komen.”

Arian Snetselaar: “Iedereen moet vaker de tijd nemen om naar zichzelf en de hele keten te kijken. Hou jezelf een spiegel voor.”

Diana Beukhof: “Probeer jezelf te verplaatsen in een ander, dat levert weer hele nieuwe inzichten op.”

planten te vervoeren, dat was twee jaar geleden nog ondenkbaar. De ontwikkelingen zijn nog steeds gaande en ik verwacht dat we daar als hele sector veel gaan winnen.”

Het Nieuwe Werken

Voor de ontwikkeling van de Valleiregio is het van essentieel belang om de regio mobiel te houden. Ook in de vervoerssector wordt Het Nieuwe Werken gepromoot. De transporteurs aan tafel maken ook gebruik van flexibele oplossingen, een chauffeur moet nou eenmaal rijden, maar er is de afgelopen jaren veel veranderd in de manier waarop met ze worden ingezet. “Vroeger had een chauffeur een eigen wagen en daar reed hij altijd mee”, zegt Arian Snetselaar. “Nu delen twee of meer chauffeurs een vrachtauto, dat scheelt aanzienlijk in het wagenpark, maar door de sociale controle gaan de mensen ook netter met het materiaal om.”

Arjan Nap: “Wij houden rekening met de aanrijdtijden van onze medewerkers. We

willen chauffeurs efficiënt inzetten en ook op de kosten letten. We hebben dus liever mensen uit de buurt die op de fiets kunnen komen of met het openbaar vervoer. Ze bezetten dan wel geen kantoorruimte, maar het scheelt toch allemaal wel.”

Ruben van den Hamsvoort tot slot: “Ook bedrijven in de transport en logistiek kunnen hun werknemers slim inzetten. Kijk bijvoorbeeld naar de werktijden van kantoorpersoneel, niet iedereen hoeft perse van half negen tot vijf aanwezig te zijn, het kan ook een uurtje later of er kan met de technische mogelijkheden ook vanuit huis worden gewerkt. Wij maken gebruik van ons netwerk in de regio om bedrijven van elkaar te laten leren en kennis te laten maken met elkaars oplossingen. De samenwerkingsverbanden die we in de regio hebben, kan ik succesvol noemen er valt nog veel te doen, maar we zijn op de goede weg.” ■

De Bereikbare Vallei

Ruben van den Hamsvoort: 06-10 153 770
info@debereikbarevallei.nl - www.debereikbarevallei.nl

SITA gaat voor het verduurzamen van afvalstromen

SITA is specialist in duurzaam afvalmanagement en werkt in de volledige keten van inzameling, recycling en verwerking. Voor SITA is afval waardevol. Door het slim in te zamelen en duurzaam te verwerken kan het dienst doen als nieuwe grondstof of bouwstof. Zo kan een goed afvalbeleid bij dragen aan een duurzame samenleving.

Afval scheiden: goed voor het milieu

De zorg voor het milieu is dagelijks werk voor SITA. Het inzamelen en verwerken van afval draait vooral om het zo optimaal en duurzaam mogelijk hergebruiken en terugwinnen van kostbare grondstoffen uit

afval. Door het hergebruiken en recycleren van afval wordt de CO₂-uitstoot verminderd en wordt de druk op primaire grond- en brandstoffen gereduceerd. Duurzaam afvalmanagement begint met het scheiden van afval aan de bron, want dit geeft vaak het hoogste duurzaamheidseffect. Door verdere

sortering en bewerking worden waardevolle producten en grondstoffen teruggewonnen. Zo zijn onder andere glas, metaal, papier, plastic en hout zeer goed te recycleren. SITA heeft in 2011 de eerste Nederlandse sorteerinstallatie voor kunststof verpakkingsafval geopend. Deze ultramoderne installatie sorteert een fors deel van het in Nederland gescheiden ingezamelde kunststof verpakkingsafval in verschillende soorten plastic grondstoffen. Deze plastic grondstoffen kunnen weer gebruikt worden voor de productie van onder andere plastic flesjes en flacons, maar ook bijvoorbeeld fleecestof.

Duurzame energie

Maar ook voor afvalstromen die niet geschikt zijn voor recycling heeft SITA een duurzame oplossing. Deze afvalstromen zet SITA namelijk om in duurzame energie. Zo is SITA eigenaar van ReEnergy, een afval-energiecentrale met de hoogste Europese normeringen in energierendement. Deze hoogrendementsinstallatie wekt ongeveer 275.000 MWh per jaar aan elektriciteit op. Dat is genoeg om zo'n 70.000 huishoudens van energie te voorzien. Maar liefst 53% van de elektriciteit die ReEnergy levert, is groen. Naast elektriciteit levert ReEnergy warmte aan nabijgelegen kassen waarmee ruim 3,5 miljoen m³ aardgas per jaar wordt bespaard.

Samen werken aan duurzaamheid

SITA is groot pleitbezorger van samenwerking in de ketens. Reinoudt Klokke: "Door samenwerking in de ketens kunnen de individuele en gezamenlijke ambities van de diverse partners op het gebied van duurzaamheid worden waargemaakt. Een goed voorbeeld hiervan is de samenwerking met InterfaceFLOR. InterfaceFLOR heeft een uniek tapijttegelt terugname programma genaamd ReEntry, waarmee al meer dan 90



Rob Heeres Productiedirecteur InterfaceFLOR en Reinoudt Klokke Key Accountmanager SITA Regio Randstad Noord.



SITA is specialist op het gebied van duurzaam afvalmanagement. SITA verzorgt de inzameling, de recycling of (energetische) verwerking van veel verschillende soorten afval: algemeen restafval, huishoudelijk afval, bedrijfsafval, hout, metalen, bouw- en sloopafval, glas, papier en karton en kunststofverpakkingen. Maar ook: vertrouwelijke informatiedragers, gevaarlijk afval en specifiek ziekenhuisafval. SITA heeft verder bedrijfsonderdelen voor de reiniging van straten, het bestrijden van plaagdieren, de bodemsanering en rioolbeheer en -onderhoud. Bij SITA in Nederland werken ruim 2.200 medewerkers verspreid over 40 vestigingen. Bel voor een Optimalisatievoorstel voor uw afvalinzameling met Reinoudt Klokke, 06-233 81799 of e-mail reinoudt.klokke@sita.nl.



ReEntry fabriek InterfaceFLOR, Scherpenzeel.

miljoen kilo aan tapijttegels en tapijstresten wordt verwerkt.” Rob Heeres: “Dankzij een in 2011 in gebruik genomen machine als onderdeel van ReEntry 2.0, is InterfaceFLOR er als eerste in geslaagd het garen volledig van de onderkant van de tapijttegel te scheiden. Dankzij ReEntry wordt de tapijttegel in monostromen gescheiden. Hierdoor kan InterfaceFLOR 85% van de tapijttegel recycleren. De gescheiden grondstoffen worden vervolgens gebruikt voor nieuwe producten.” Rob vult aan: “Het doel van InterfaceFLOR, genaamd Mission Zero, om de hoeveelheid tapijt die aan het einde van de levensduur als afval wordt bestempeld te verminderen, wordt, dankzij

ReEntry, steeds succesvoller. SITA zorgt hierbij voor de afvalinzameling bij de fabriek in Scherpenzeel en verzorgt het transport van de gebruikte tapijttegels bij interieurprojecten van InterfaceFLOR. Met deze samenwerking worden de processen en middelen geoptimaliseerd en wordt duurzaamheid naar een hoger niveau getild, waarbij de volledige levenscyclus van tapijttegels wordt omvat, ook na het einde van hun levensduur.”

Innovatieve duurzame oplossing

In 2011 heeft SITA ook cup2paper gelanceerd. Cup2paper is de duurzaamste

oplossing voor wegwerpbekers. Deze duurzame koffiebekers kunnen – in tegenstelling tot andere wegwerpbekers – gewoon in de oud papierstroom van SITA. De bekers zijn 100% recyclebaar en zowel de productie als het transport is 100% CO₂-neutraal. Cup2paper is ideaal voor ondernemers die op een tastbare manier duurzaam willen ondernemen. Zo kan elke medewerker direct op de werkvloer zijn steentje bijdragen aan het duurzame karakter van de onderneming. Cup2paper vormt een uniek concept waarmee een grote milieuwinst te behalen is. ■

BOEKEN

Handboek Nieuwe Media: digitale technologieën begrijpen en gebruiken

Bing, Chrome, Dropbox, Facebook, Feedburner, Foursquare, Google+, HootSuite, iPad, MiFi, Opera, Prezi, RSS, Skype, Tumblr, Twitter, Ustream, WordPress, XML... Door de grote hoeveelheid digitale bomen loop je de kans het zicht op het complete communicatiebos te verliezen.

Voor mensen die beroepshalve met communicatie en informatie te maken hebben, is het belangrijk om op de hoogte te zijn van de meest actuele en relevante ontwikkelingen op dat terrein. Het gaat hierbij niet alleen over social media of web 2.0 – ook het zoeken, beheren en publiceren van informatie is voor professionals ingrijpend veranderd. Wie de mogelijkheden van nieuwe media kent en gebruikt, haalt het beste uit zijn organisatie, bereikt zijn doelgroepen en blijft zijn concurrenten voor.

Het Handboek Nieuwe Media gaat in twaalf hoofdstukken in op de eigenschappen en mogelijke toepassingen van Twitter, communities, blogs, tablets, browsers, foto, video, audio, user-generated content, Google, RSS en databases.



TITEL: HANDBOEK NIEUWE MEDIA
ISBN: 978901309167-0
UITVOERING: GEBONDEN

AUTEUR: TOM BAKKER, PIET BAKKER
OMVANG: 250 PAGINA'S
PRIJS: € 29,95

UITGEVER: KLUWER, WWW.KLUWER.NL

Klantropologie - Groot denken, klein doen

De mens achter de klant houdt niet van zoeken maar van vinden. De mens achter de klant wil online en offline fatsoenlijk te woord gestaan worden. Hij betaalt voor een goed product en een goede dienstverlening, en als er onverhoopt iets misgaat, wil hij snel geholpen worden. Dat lijkt een open deur, maar die deur blijkt in de praktijk zo dicht te zitten als het maar kan. Zeg nou zelf, hoe vaak voel jij je als mens achter de klant serieus genomen en hoe vaak neem jij de mens achter jouw klant serieus? Op basis van haar eigen klantervaringen en haar werkervaring heeft Jacqueline Fackeldey een werkwijze ontwikkeld die zij klantropologie noemt; een werkwijze die bestaat uit de stappen 'Kijk, luister en huiver', 'Knippen en plakken', 'Kaartlezen en padvinden' en 'Groot denken, klein doen'. Met veel voorbeelden in woord en beeld laat zij zien hoe het niet moet c.q. hoe het beter en klantvriendelijker kan. Een prikkelend boek voor iedereen die innovatiekriebels heeft en klantgericht wil gaan werken, maar nog niet weet hoe daarmee te beginnen en hoe zijn organisatie daarin mee te krijgen.



TITEL: KLANTROPOLOGIE
ISBN: 978 90 5594 878 9
UITVOERING: GEBONDEN

AUTEUR: JACQUELINE FACKELDEY
OMVANG: 141 PAGINA'S
PRIJS: € 19,95

UITGEVER: SCRIPTUM, WWW.SCRIPTUM.NL





**MAAKT U ZELF WEL OPTIMAAL GEBRUIK
VAN FISCALE MOGELIJKHEDEN?**



Schuiteman DGA-Toolbox:
UW PERSOONLIJKE FINANCIËLE SITUATIE VOLLEDIG VOOR ELKAAR

DGATOOLBOX.NL



BUSINESS FLITSEN

EEN BEREIKBARE VALLEI IS GOED VOOR U

Een bereikbare Vallei is belangrijk voor u als ondernemer, voor uw klanten, leveranciers en medewerkers. Bereikbaarheid is een bepalende factor voor uw concurrentiekracht. Een bereikbare regio betekent ook een leefbare regio en een aantrekkelijk vestigingsklimaat. Verschillende organisaties in de regio werken binnen het programma De Bereikbare Vallei samen om dit te bereiken. Sluit ook aan en profiteer van de voordelen!

De Bereikbare Vallei biedt u ondersteuning, advies en slimme acties op het gebied van slim reizen en slim werken. Het betekent slimme keuzes maken voor woon-werkverkeer, zakelijk verkeer en parkeren. Een ander vervoermiddel of een andere route, reizen buiten de spits, autodelen, telewerken, virtueel vergaderen: alles is mogelijk!

Uw voordelen:

- bespaar op reis- en parkeerkosten;
- stijging productiviteit medewerkers;
- vergroot uw aantrekkelijkheid als werkgever;
- verbeterde eigen bereikbaarheid;
- meewerken aan een goed klimaat en leefbare regio.

Gratis meedoen aan acties!

De Bereikbare Vallei biedt o.a. de volgende acties:

- Probeerkaart openbaar vervoer;
- Probeerweken e-fiets & e-scooter;
- Promotie-actie fiets & gezondheid.

Meer informatie

Ruben van den Hamsvoort, mobiliteitsmakelaar van De Bereikbare Vallei, informeert u graag over wat u als werkgever kunt doen; individueel en/of samen met ons. Telefoon: 06-10 153 770. mobiliteitsmakelaar@debereikbarevallei.nl.

De Bereikbare Vallei



KIDSDAG HOEKELUM: UNIEKE VERWENDAG VOOR BIJZONDERE KINDEREN

De stichting Kidsdag Hoekelum organiseert begin mei in Kasteel Hoekelum in Bennekom een unieke verwendag voor kinderen die noodgedwongen uit huis zijn geplaatst door Bureau Jeugdzorg. Initiatiefnemer Jaco van Holland: "Ik wil deze kinderen voor één dag een heel bijzonder gevoel geven."

Volgens Van Holland, docent in het basisonderwijs, gaat het een heel bijzondere dag worden. Uit bewogenheid met de kinderen wil de leerkracht hen graag één dag extra in de schijnwerpers zetten.

Giel Beelen

Zo komt de BN'er en 3FM-dj Giel Beelen een workshop plaatjes draaien geven en gaat de bekende rapper en straatvoetballer Soufiane Touzani een spetterende clinic verzorgen. De kinderen kunnen zich laten pimpen door een visagiste, een modespecialist en een kapster om zich vervolgens als model te laten vereeuwigen in een shoot door



Bestuursleden Stichting Kidsdag Hoekelum: Jaco van Holland en Jan Veldhuizen

fotograaf Arjan van Bruggen. Actievelingen kunnen zich helemaal uitleven op de skelterbaan, die door BergToys ter beschikking is gesteld. Het kasteel, dat deze dag sponsort met tal van faciliteiten, stelt zijn keuken beschikbaar voor de culinaire fijnproevers.

Sponsors

Tal van lokale ondernemers hebben inmiddels hun belangeloze medewerking toegezegd, zoals

Van Putten Van Apeldoorn notarissen, die de oprichting van de stichting verzorgde. Vanzelfsprekend zijn er nog meer bewogen ondernemers nodig die door sponsoring willen bijdragen aan een fantastische dag voor deze kinderen!

Meer informatie? Neem telefonisch contact op met Jaco van Holland op (06) 533 359 32 of neem een kijkje op www.kidsdaghoekelum.nl.



Het leukste gebaar voor wie u het gunt: Doe eens een dagje sauna cadeau!

Met de Business Card van Sauna de Heuvelrug is het mogelijk om een vast budget te besteden aan uw best presterende personeel of bijvoorbeeld uw nieuwe / vertrouwde zakenpartners.

Het mooiste gebaar om weg te geven is een dagje Wellness met aandacht voor de gezondheid, lichamelijke en geestelijk ontspanning en niet minder belangrijk; een stukje ouderwetse gezelligheid! U geeft de Card mee en wij doen voor u de rest! Kleine moeite groot gebaar, en uiteraard gewoon mee te nemen in uw boekhouding. U leest er alles over op www.saunadeheuvelrug.nl/zakelijk



Dijkstraat West 189 • 3906 WR Veenendaal
Tel. 0318-52 03 21 • info@saunadeheuvelrug.nl
www.saunadeheuvelrug.nl

Beauty Salon de Heuvelrug

Wij zorgen voor innerlijke rust en uiterlijke schoonheid met een professioneel team en exclusieve producten!

Direct gelegen naast de ingang van Sauna de Heuvelrug bevindt zich de gelijknamige Beauty Salon, welke in de regio bekend staat als toonaangevend in kwaliteit en aanbod van specialistische schoonheidsbehandelingen. Met zorg wordt uw uiterlijk opgefrist en zelfs nog mooier gemaakt door onze ervaren en gediplomeerde specialistes. Zo werkt u zonder enige inspanning aan huid- of figuursverbetering en tegen huidveroudering. U kunt onze Salon (ook zonder sauna bezoek) dagelijks bezoeken van 11.00 - 20.00u op basis van reservering en geniet mee van de voordelen van een goed bezochte professionele Beauty Salon. U vindt alle informatie over behandelingen, acties, arrangementen en aanbiedingen op www.saunatuurlijk.nl

Veenendaal in Bedrijf lezersactie:

Tegen inlevering van deze advertentie ontvangt u t/m 30 juni 2012:

- A** 20% korting op alle Micro-Dermabrasie behandelingen
(de meest optimale huidverbeteringsmethode met behulp van Micro Kristallen ter voorbereiding van de zonnige periode)
- B** 15% korting op alle losse Beauty behandelingen (m.u.v. acties en aanbiedingen)
- C** Voor alle dames die met partner of collega de sauna willen bezoeken tijdens de zwangerschap:
het In Blijde Verwachting Arrangement nu van € 159,- voor € 135,-
Entree tot de sauna met Welkomstdrankje en onbeperkt gebruik van alle sauna- en thermenfaciliteiten, Badset in bruikleen, Lunch (overdag) of dagschotel, Ontspannende Lavendel Pakking (50 min), Luxe gezichtsbehandeling met hoofdhuidmassage (70 min) en Voetscrub met voetpakking (40 min)

Actieprijsen geldig t/m 30 juni 2012 op basis van tijdige reservering, tegen inlevering van deze advertentie en niet in combinatie met andere acties of aanbiedingen.

Ook uw bezoek aan onze Beauty Salon betaalt u natuurlijk makkelijk en snel met de Sauna de Heuvelrug Business Card!
Slim gegeven, echt verdiend!

BUSINESS FLITSEN

GRATIS AUTOMAAT OP DE BMW 3 SERIE

Op 11 februari introduceerde Ekris Veenendaal de nieuwe BMW 3 Serie. In zijn segment is de BMW 3 Serie al jaren synoniem voor sportiviteit. Hiermee is de BMW 3 Serie al even zo lang het meest verkochte premium voertuig ter wereld. Nu kan hij zijn voorsprong nog verder uitbouwen. Een duidelijk vernieuwd design, een verder verfijnd interieur, de nieuwe generatie van iDrive, een herzien motorenaanbod en innovaties op het gebied van aandrijftechniek, veiligheid en comfort maken de nieuwe BMW 3 Serie attractiever dan ooit tevoren. En tot en met 31 maart is de achtrups automaat gratis op de BMW 3 Serie.



Voorbereid de zomer in

Wie zich goed wil voorbereiden op de zomer van 2012, kiest voor de kersverse MINI Roadster. Een open tweezitter met een lichte en praktisch vormgegeven softtop. De MINI Roadster is het zesde model in de MINI familie en net als de MINI Coupé is de MINI Roadster leverbaar met de sterkste motoren in het MINI gamma. De MINI Roadster staat vanaf 24 maart bij Ekris Veenendaal in de showroom en de MINI Cooper Roadster is leverbaar vanaf € 25.995,-.

Wij begroeten u graag in onze showroom aan de Plesmanstraat 45 te Veenendaal.

RESTAURANT CAMPMAN

Restaurant Campman is al bijna 160 jaar een begrip in de regio Gelderland. In ons familiebedrijf is inmiddels is de vijfde generatie werkzaam.

Wij ontvangen u in een sfeervolle ambiance die uitstekend geschikt is voor uw (zakelijke) lunch of diner. Onze Gelderse keuken staat bekend om haar streek- en seizoensgebonden gerechten. Bereid met gevoel voor smaak en liefde voor het vak. U kunt kiezen voor een persoonlijke selectie à la carte, of voor een speciaal menu met uiteraard heerlijk bijpassende wijnen. Uiteraard zijn 'kleine' gasten bij ons ook van harte welkom.

Naast ons splinternieuwe restaurant beschikken wij over vier sfeervolle zalen die geschikt zijn voor vergaderingen, feesten en recepties.

In de herfst en winter kunt u bovendien genieten bij onze gezellige openhaard. In de zomer zijn de prachtige terrassen open.

Graag tot ziens bij Restaurant Campman!

Familie Campman en medewerkers



Vallei Business



Chris Hordijk zet handtekening in Wagening's gedenkboek



Op donderdag 16 februari vond de publieke lancering plaats van Stichting Zonne-energie Wageningen in Hotel de Wereld in Wageningen.



Het pilotproject 'Het Nieuwe Winkelen', dat vorig jaar is gestart in Veenendaal, heeft de nationale Citymarketing Stimulerings Award 2012 gewonnen. Marco Verloop, Peter Baten en Roeland Tameling met Citymarketing Stimulerings Award 2012



Achterberg Schilders sponsort de wielerteams van Woonstede die meedoen aan de Alpe d'HuZes. Arno Hoeve en Willem van Asselt ontvangen de cheque uit handen van Arianne en Art Achterberg

was erbij



Spectaculaire winter BBQ van MKB Valleiregio bij Residence Rhenen met 170 man



Hans de Leeuw, directievoorzitter van Rabobank Vallei en Rijn, reikt cheque uit aan Bestuursleden Roel Riemens en Jan van Schaik van het Hervormd Evangelisatie Koor Bennekom waarmee een nieuwe piano mogelijk is gemaakt.

Heeft u ook een event waarop u wilt terugkijken op deze bladzijde?

Mail dan kosteloos uw hoge resolutiefoto naar de redactie:

eelco@vanmunstermedia.nl o.v.v. 'Vallei Business was er bij'



Columbus is de Wageningse onderneming van het jaar 2011. Ans en Ronald Oosterhuis ontvingen de prijs tijdens de nieuwjaarsreceptie van het WOC van burgemeester Van Rumund in hotel De Nieuwe Wereld.





KLEIN WITTENOORD
VERGADEREN • KOOKSTUDIO • DINEREN

Kleinschalig • Rust • Ruimte

Wittenoordseweg 3
3927 CE Renswoude
T 0318-575325
E info@kleinwittenoord.nl
I www.kleinwittenoord.nl







Schimmel
RESTAURANT • PARTYCENTRUM

Welkom bij Partycentrum Schimmel

Stationsweg Oost 243
3931 EP Woudenberg
T 033-2861213
F 033-2862426
E info@schimmel.nu
I www.schimmel.nu






restaurant CAMPMAN

-  Ruim en sfeervol restaurant, bediend door de 'bekende keukens in Gelderland'.
-  Volop parkeerruimte.
-  Besloten gelegen bar, om vooraf of na afloop onder elkaar te zijn.
-  Gezellige open haard-hoek, om de geur van de Veluwe op te snuiven.
-  Drie apart gelegen zalen, om te vergaderen, te ontmoeten, te receptioneren, te feesten en ten toon te stellen.

Hartenseweg 23
6871 NB Renkum
T (0317) 31 22 21
F (0317) 31 74 33
info@restaurantcampman.nl
www.restaurantcampman.nl



Hotel en Congressentrum de ReeHorst
*Hotel - Restaurant - Brasserie - Wijnbar - Vergaderen
Trainingen - Congressen - Events - Theater*

Geschikt voor elke gelegenheid. Met o.m.
38 zalen en ruime, gezellige ontvangsfloors. Elke bijeenkomst wordt gegarandeerd een beleving. Vol warmte, gezelligheid en altijd persoonlijk!

Bennekomseweg 24
6717 LM Ede
T 0318 750300 F 0318 750301
E info@reehorst.nl
I www.reehorst.nl



Toplocaties in de regio Vallei

5



**FEESTEN & PARTIJEN
CATERING
RESTAURANT**

*Anno straks,
met een vleugje toen*



**VOOR INLICHTINGEN
EN RESERVERINGEN:**

AMSTERDAMSEWEG 19
6712 GG EDE
TEL. 0318 61 03 13
BUIENZORG@BUIENZORG.NL
WWW.BUIENZORG.NL

6



*Restaurant de Hooghe Hof is schitterend
gelegen in het groene buitengebied van
Voorthuizen bij Barneveld en is vanuit
verschillende richtingen filevrij bereikbaar.*

Brugveenseweg 25
3781 PG Voorthuizen
Telefoon 0342 474244
E info@dehooghehof.nl
I www.dehooghehof.nl




7



Beekhuizenseweg 1
6891 CZ Rozendaal
026 3611597

The Hunting Lodge

*Puur, eerlijk
en vooral veel genieten'*



8



**Restaurant L'Orage /
Party Centrum Flora**

*In een ambiance van nostalgie, rust en gemoe-
delijkheid is restaurant L' Orage de perfecte
locatie om te genieten van een goede maaltijd.*

Lunterseweg 44
6718 WE Ede
T 0318-613876 / 653227
F 0318-653327
I www.lorage.nl

9



Hof van Wageningen

*Hof van Wageningen is een gelegenheid
voor elke gelegenheid. Wij beschikken over
26 banquetzalen, ruim 200 hotelkamers,
een à la carte restaurant, diverse
ontvangstruimtes en een gezellige bar.*

Lawickse Allee 9
6701 AN Wageningen
T +31-(0)317-490133 • F +31-(0)317-426243
E info@hofvanwageningen.nl
I www.hofvanwageningen.nl

10

**Amrâth Hotel
Maarsbergen**

*Op zoek naar een locatie of hotel voor
overnachten of verblijven, vergaderen of
treffen, feesten of partijen in de omgeving van
Utrecht? Dit alles kan in het schitterende,
nieuwe vier-sterren Amrâth Hotel Maarsbergen*

Woudenbergseweg 44
3953 MH Maarsbergen
T +31 343 47 55 22
F +31 343 47 55 20
I www.hotelmaarsbergen.nl





De Werelt in 50 jaar

Dit jaar viert De Werelt haar vijftigjarige jubileum. Al sinds 1962 staat deze bijzondere locatie in het teken van congressen, conferenties, vergaderingen en trainingen op maat. De centrale ligging, de bosrijke omgeving, de goede bereikbaarheid, de gratis parkeerplaatsen en de uitstekende faciliteiten vormen al jaren de sleutel tot een succesvolle bijeenkomst voor elke partij.

De Werelt is onderdeel van Congrescentrum.com, waar ook Dennenheul onder valt en waaraan tevens een stichting die vakanties verzorgt voor mensen met een zorgbehoefte verbonden is. De Werelt ligt in Lunteren en is al een halve eeuw de locatie in Nederland als het gaat om grote en kleine zakelijke bijeenkomsten. Door de jaren heen zijn er veel ontwikkelingen geweest en hoewel er nu meer en betere faciliteiten zijn en ook de bijeenkomsten een groei hebben doorgemaakt, is de authenticiteit gebleven. Bert Herikhuisen, commercieel manager van De Werelt en Congrescentrum.com, geeft aan dat iedere bijeenkomst hier nog steeds uniek is. “Zo doen wij iedere dag weer waar we goed in zijn én wat we leuk vinden.”

45 kamers en 236 bedden
Oude krantenberichten verhalen over de officiële opening van de congresaccommodatie die op 15 oktober 1962 heeft plaatsgevonden. De kop van het bericht in Het Nieuw Kamper Dagblad luidt ‘Grootste conferentiehoud van West-Europa in Lunteren geopend’. De accommodatie draagt dan de naam ‘De Blijde Werelt’ en beschikt over een hotelgebouw met 45 kamers met in totaal maar liefst 236 bedden. De faciliteiten van de kamers zijn voor die tijd al zeer modern; alle kamers beschikken over vaste wastafels met warm en koud stromend water. “We hebben inmiddels 127 kamers, maar niet meer met –zoals vroeger het geval was– vier bedden op een kamer. Je kunt dat eigenlijk niet meer vergelijken met nu”, zegt Herikhuisen. “Het restaurant was

bijvoorbeeld een eetzaal met lange, witte tafels, zonder linnen. Dat is allemaal heel anders nu. We blijven investeren, ieder jaar weer. De kamers zijn tien jaar geleden gerenoveerd en dat staat nu weer op het programma. De lobby hebben we twee jaar geleden uitgebreid en vernieuwd en nu zijn we bezig met het restaurant, daar is in 2001 een stuk aangebouwd en dat wordt nu compleet gerestyled. En in de toekomst willen we bijvoorbeeld de hal en de entree aanpakken.”

‘Ons product is het congrescentrum, daar focussen we ons op en daardoor is iedereen zich ervan bewust wat de gast wenst en wat er moet gebeuren’

Moderne technieken

Veranderingen gaan soms langzaam, maar soms ook heel snel. Zeker op het gebied van techniek is er een grote sprong gemaakt, met name als het gaat om congresfaciliteiten. De grote Europazaal is ongeveer drie jaar geleden vernieuwd en ingericht met moderne technieken op het gebied van licht, geluid en communicatie, waarbij ook videoconferencing tot de mogelijkheden behoort. De capaciteit is eveneens vergroot. Hoewel er uit de oude krantenartikelen blijkt dat de

zaal vroeger ruimte bood aan 600 congresgasten, is dat tegenwoordig niet meer zo, want de huidige regelgeving heeft tot gevolg dat een dergelijke ruimte veel minder personen kan huisvesten. Herikhuisen: “Er konden voor de verbouwing maximaal 450 personen in en dat wilden we uitbreiden. Het plafond was verlaagd, er zaten meters tussen het plafond en het dak en zo is het idee voor een balkon ontstaan. Dat is een gigantisch project geworden, maar uiteindelijk is het een prachtige grote zaal geworden met balkon waar wederom 600 gasten in kunnen. Het is echt een congreszaal geworden met heel veel mogelijkheden. De akoestiek is vooral voor spraak erg goed, omdat het niet weerkaatst en de apparatuur is super, zeker voor congresorganisatoren die goede presentaties willen geven. We hebben een AMX systeem, waarmee je alles draadloos kunt bedienen. Alles is digitaal, geluid, breedbeeld, beamer en climate control. We hebben daar flink in geïnvesteerd, want een congres staat of valt met de presentaties. Het eten en de bar zijn ook belangrijk, maar als het geluid slecht is of de presentatie niet goed overkomt, dan is het congres niet geslaagd.”

Verantwoord ondernemen

De oorspronkelijke opzet van het conferentiehoud is dat congresgangers er tevens met hun gezin de vakantie doorbrengen. Die combinatie van zakelijk en recreatief is bewaard gebleven. In een van de publicaties ten tijde van de opening laat zien dat de oprichtende partij, de Stichting Evangelisch Herstel en Opbouw, het initiatief een deels commerciële en deels idealistische invulling wil geven: ‘De Blijde Werelt staat ook open voor familiereünies, jaarfeesten van verenigingen en individuele gasten, zoals vermoeide huisvrouwen, overwerkte zakenlieden en andere rustbehoevenden.’

“Tegenwoordig zijn we in de zomer een vakantiehoud voor ouderen en voor mensen met een zwakke gezondheid. Dat wordt van-



uit ons eigen vakantiebureau georganiseerd. Het rendement van de congressen gaat de stichting in en daarvan worden de vakantie-weeken geïnitieerd. Meer maatschappelijk verantwoord ondernemen als hier kan eigenlijk niet”, aldus Herikhuisen.

Flexibel en snel schakelen

Er zijn groepen die hier al decennia lang komen. Herikhuisen: “Ze hebben iets met deze omgeving en willen niet gauw meer weg, omdat het toch een beetje als thuiskomen voelt. We hebben ook medewerkers met een lange staat van dienst, zo werkt het hoofd van de receptie hier al meer dan 25 jaar. Die band met de locatie en er een prettig gevoel bij hebben om hier je congres te houden, zijn erg belangrijk”, geeft Herikhuisen te kennen. De laagdrempeligheid en flexibiliteit zijn altijd belangrijk geweest, maar mogen nu, na vijftig jaar, echte kenmerken van De Werelt genoemd worden. “Als er bij ons iets geregeld moet worden, dan doen we dat meteen. Niemand voelt zich te goed om iets te doen, als een organisatie een zaaltje toch op een andere manier opgesteld wil hebben, maar iedereen is druk, dan wordt

dat door de medewerkers op de administratie of mijzelf gedaan. Ons product is het congrescentrum en daar focussen we ons op en daardoor is iedereen zich ervan bewust wat de gast wenst en wat er moet gebeuren. Dat maakt dat we snel kunnen schakelen.”

Een voorgerecht met kwal

Toen De Werelt begon, was het een van de eerste accommodaties in Nederland die congressen en dergelijke grote bijeenkomsten kon huisvesten. “We kregen veel wetenschappelijke congressen, bijvoorbeeld van het Scheikundig Onderzoek Nederland (SON). Ik ben hier zelf in de bediening begonnen en heb veel congressen meege maakt, ook van organisaties die niet meer bestaan, zoals Groen van Prinsterer. Dat bestaat nu niet meer, maar de deelnemers, de oude antirevolutionaire burgemeesters, komen nu nog steeds hier. Een ander congres, het VVD-congres, wordt hier misschien zelfs al wel veertig jaar gehouden. De minister-president, Mark Rutte, is hier ook meermalen geweest. Dan merk je dat er hier iets gebeurt wat bij de mensen leeft. De non-profitsector komt hier eveneens, we

hebben bijvoorbeeld een Reiki-congres gehad. Een bijzondere bijeenkomst was een congres voor Biologen. Zij wilden graag biologisch dineren, maar dan in het extreme. Toen hebben we bijvoorbeeld een voorgerecht gemaakt waarin kwal was verwerkt. Er was toen wel iemand bij om dat te begeleiden, maar we hebben ook een goede Chefkok die dat klaarmaakte.” Een buffet voor 600 personen of een diner voor 400 personen; het kan allemaal bij De Werelt. “We doen alles zelf, van borrel tot diner en van eenvoudig tot luxe. Alles wat de gast wenst kunnen we bereiden”, zegt Herikhuisen niet zonder trots.

Als Herikhuisen terugkijkt op vijftig jaar De Werelt, dan kan hij zeggen dat hij in de 25 jaar dat hij er werkzaam is, veel heeft meegemaakt. “Elke dag is anders, er gebeurt hier altijd wat. De mensen die hier komen hebben meestal hun beste pet op en dat maakt het leuk. Iedere keer ontmoet ik andere soorten mensen en dat maakt het fantastisch om hier te werken.” ■

www.congrescentrum.com

Samenwerking Helicon Bedrijfsopleidingen en Plantion

Eigen werkomgeving maat gesneden

TEKST PIEN KOOME FOTOGRAFIE KARIM DE GROOT

Onderwijs wordt steeds meer maatwerk: voortdurend worden door specialisten trainingen en opleidingen ontwikkeld voor mensen die vanuit een werkende positie verder willen doorgroeien of zich bij willen laten scholen. Helicon Bedrijfsopleidingen biedt werkenden de gelegenheid om maatgericht onderwijs te volgen. Door heel Nederland worden bedrijfsopleidingen, cursussen en in-company trainingen verzorgd. Sinds 2008 werkt Helicon Bedrijfsopleidingen intensief samen met bloemenveiling Plantion uit Ede. Speciaal voor deze organisatie werd een op maat gesneden methode voor een officiële MBO opleiding logistiek ontwikkeld, gericht op de dagelijkse praktijk.

Helicon Bedrijfsopleidingen is een onderdeel van Helicon Opleidingen. Dit instituut is gespecialiseerd in het opleiden en bij-scholen van volwassenen die al werken en zich verder willen ontwikkelen. Voor deze doelgroep verzorgt het opleidingsinstituut zowel complete studies als losse cursussen, training en consultancy. Bij de ontwikkeling van maatwerk opleidingen werkt Helicon intensief samen met gekwalificeerde organisaties en instellingen, om een hoogwaardig onderwijsaanbod te kunnen garanderen dat bovendien goed aansluit op de dagelijkse praktijk in het bedrijfsleven. Het hoofdkantoor van Helicon Bedrijfsopleidingen is gevestigd in Boxtel.

Plantion is een coöperatie die in 2008 is ontstaan door de fusie van Bloemenveiling Oost Nederland (VON) uit Bemmelen en Bloemveiling Vleuten (BVV). Vanaf 1 maart 2010 opereert Plantion vanuit één centrale vestiging in Ede, waar inmiddels tweehonderd medewerkers actief zijn. De gespecialiseerde marktplaats in bloemen en planten verkoopt producten via de veilingklok, bemiddeling, het groencentrum en een groothandelscentrum. Inmiddels is Plantion uitgegroeid tot hét kenniscentrum van de Nederlandse markt van bloemen en planten. Vanuit een *state of the art* markt-

plaatscomplex voegt Plantion kennis en waarde toe door een persoonlijke benadering, kwaliteitsbewaking, kennisuitwisseling, promotionele ondersteuning en uitgebreide logistieke dienstverlening op maat.

Opleidingsniveau naar hoger plan

Scholing is binnen een organisatie essentieel, stelt directeur operations Peter Bakker van Plantion. “Wij investeren daarom graag in opleidingen voor onze medewerkers. Enerzijds wordt door maatgericht onderwijs de kwaliteit op de werkplek verhoogd, anderzijds geven we mensen de kans om door te groeien en zich verder te kwalificeren.” Wel merkte Bakker dat medewerkers zelf vaak terughoudend zijn op dit gebied. “We hebben ze daarom een spiegel voorgehouden door een ‘Ja-Maar’ workshop, waarbij een omslag van denken wordt gepropageerd: doorleren is een kans om je verder te ontwikkelen in plaats van een bedreiging of extra belasting. Vervolgens hebben we in samenwerking met Helicon Bedrijfsopleidingen een leertraject ontwikkeld dat verplicht werd voor alle logistieke medewerkers van Plantion. Daarnaast is met het ROC ter Aa als partner van Helicon gestart met opleidingen op secretariaat, administratief en boekhoudkundig gebied.

Na een EVC beoordeling (Erkenning Verworven Competenties) is onderwijs op maat ontwikkeld, waarbij mensen een erkend MBO diploma op niveau 2, 3 en 4 konden behalen. Uiteindelijk heeft deze collectieve aanpak uitstekend gewerkt; de eerste tachtig medewerkers hebben hun opleiding in december 2010 afgerond.”

Eigen werkomgeving uitgangspunt

Voor programmamanager Frans Demarteau en senior consultant Ton Friesen van Helicon Bedrijfsopleidingen staat bij het ontwikkelen van onderwijs op maat de eigen werkomgeving centraal. “Leren vanuit de concrete werksituatie spreekt mensen aan”, weet Demarteau uit ervaring. “Een dergelijke aanpak levert herkenning op in plaats van verzet. Bij Plantion hebben we ons vooraf uitgebreid verdiept in de dagelijkse praktijk. Algemene leerstof bieden uit een willekeurig studieboekje over logistiek werkt niet.” Friesen vult aan: “Helicon is voorloper op het gebied van maatgericht onderwijs. Bij ons is de individuele mens uitgangspunt: door een persoonlijke en betrokken benadering, raken mensen snel gemotiveerd. Logisch, want de leerstof gaat over hen zelf en hun dagelijks werk.” Ook Plantion heeft een inhoudelijke bijdrage geleverd aan de oplei-

uitgangspunt bij op onderwijs



(vlnr) Ton Friesen, Frans Demarteau en Peter Bakker prijzen de goede sfeer op de werkvloer bij Plantion.



Inmiddels is Plantion in Ede uitgegroeid tot hét kenniscentrum voor bloemen en planten.

ding; dankzij deze synergie zijn modules ontwikkeld die nauw aansluiten bij de dagelijkse praktijk op de werkvloer.

Inzicht in alle logistieke processen

Tijdens de tweejarige MBO opleiding kwamen alle logistieke processen aan de orde waar medewerkers bij Plantion dagelijks mee te maken hebben. Peter Bakker legt uit: “Naast veiligheid, arbo-omstandigheden, kwaliteitszorg en productkennis is ook communicatie onderdeel van het les-pakket. Beheersing van de Nederlandse taal is een vereiste om een diploma te halen, op dat vlak zijn de eisen recent aangepast. Daarom gaan we nu ook taal en rekenen implementeren in de opleiding.” Ook specifieke logistieke processen werden inzichtelijk gemaakt. “Onze producten worden

bijvoorbeeld via de klok gedistribueerd richting koper. Door al deze onderdelen te integreren in de opleiding, neemt de betrokkenheid van mensen voor de organisatie waarin ze werken, enorm toe.”

Meerwaarde door intensieve samenwerking

Bakker vindt de samenwerking met Helicon Bedrijfsopleidingen bijzonder goed geslaagd. “De logistieke opleiding is inmiddels afgerond; bij de commerciële richting is de helft klaar. Momenteel volgen medewerkers van de binnen/buitendienst een studie, zij ronden deze volgende maand af. Dan is negentig procent van al onze medewerkers geschoold op MBO niveau. Het scholingstraject is een intensief traject, maar het levert veel op: extern wordt onze marktpositie verder versterkt en intern be-

vordert het de doorstroom van mensen naar hogere functies.”

Onderwijs op maat vraagt tijd en inzet, maar de scholing bij Plantion was een kostenneutraal traject, weet Frans Demarteau. “Ook hierin bemiddelt en adviseert Helicon het bedrijfsleven.” Daarnaast signaleert hij bij de bloemenmarktplaats in Ede nog een ander positief neveneffect: “Intern is iedereen op detailniveau met elkaar bezig, dat bevordert de goede sfeer op de werkvloer enorm. Leden van het managementteam werden bijvoorbeeld als gecommitteerde ingezet bij de examens. Op deze manier is iedereen betrokken bij elkaar en bij de organisatie. Medewerkers zijn het visitekaartje van een onderneming. Goed om daar op deze manier blijvend in te investeren.” ■

www.helicon.nl en www.plantion.nl

Vallei Business

Financieel Advies



Rabobank

Rabobank Vallei en Rijn

Galvanistraat 2
6716AE Ede
0318 66 06 60
0318 66 06 66
info@vr.rabobank.nl
www.rabobank.nl

**S+
DL**

**SCHUURMAN
EN DE LEEUW
accountants**

Nieuwe Kanaal 9d
6709 PA Wageningen
Tel.: (0317) 41 32 81
Fax: (0317) 41 79 80
info@schuurman-deleeuw-acc.nl
www.schuurman-deleeuw-acc.nl

Reclame

**Verbeek
Reclame**

Verbeek Reclame
Groot Dorssum 9-12
3927 GH Renswoude

Tel. 0318-890252
info@verbeekreclame.nl
www.verbeekreclame.nl



Specialist in televisiecl...



**ZZP'ers: vergeet uw
partner niet!**

Stationsweg 31, EDE
Postbus 8250, 6710 AG EDE
T 0318 - 67 27 67
F 0318 - 67 27 66
E info@stargroup.nl
I www.stargroup.nl

Bedrijfshuisvesting/onderhoud



DTZ Zadelhoff

Meander 601
6825 ME Arnhem
026 4 452 445
026 3 513 909
arnhem@dtz.nl
www.dtz.nl



atd accountants
belastingadviseurs

**ATD Accountants en
Belastingadviseurs**
is al ruim dertig jaar een
landelijk werkend
accountants - en
belastingadvieskantoor
met vestigingen in
Breda en Bennekom

Postbus 282, 6710 BG Ede
0318-478100 - info@atd-accountants.nl

www.atd-accountants.nl

Service Rubriek

Office

Magnolia Opleidingen Maatwerk in trainingen

Microsoft Word, Excel,
Outlook, PowerPoint
beginners en gevorderden

Tel. 0318-612788
www.magnolia-opleidingen.nl
Info@magnolia-opleidingen.nl



Diversen



DB SCHENKER

Galvanistraat 71
6716 AE Ede
T 0318 69 68 00
F 0318 69 68 88
E multimodaal.nl@dbschenker.com
W www.dbschenker.com/nl

LANSING_IT
Als u op computers
vertrouwt,
vertrouwt u op ons

Microsoft Small Business
Partner

FUJITSU
PARTNER

3CX
PARTNER

Postbus 375
6710 BJ Ede
Galvanistraat 1
6716 AE Ede
T. (0318) 64 25 87
F. (0318) 64 00 50
www.lansingit.nl
info@lansingit.nl

Juristen



Van Veen Advocaten

Keesomstraat 9
6717 AH Ede
0318-687878
0318-687868
ede@vanveen.com
www.vanveen.com

Locaties



Hotel en Congressentrum de ReeHorst

Bennekomseweg 24
6717 LM Ede
T 0318 750300
F 0318 750301
E info@reehorst.nl
I www.reehorst.nl



Hof van Wageningen Hotel en Congressentrum

Lawickse Allee 9
6701 AN Wageningen
T +31-(0)317-490133
F +31-(0)317-426243
E info@hofvanwageningen.nl
W www.hofvanwageningen.nl



Residence Rhenen

Veenendaalsestraatweg 50
3921 EC Elst/Rhenen
T 0318 542888
F 0318 540272
E info@residencerhenen.nl



Tanteloes

Veerplein 1
3911 TN Rhenen
T 0317-616161
E info@tanteloes.com
I www.tanteloes.com

Autodealers



Saab Centre Gol

Galileistraat 28
3902 HR Veenendaal
0318 556999
0318 556969
info@saabcentregol.nl
www.saabcentregol.nl



Ekris Veenendaal B.V.

Plesmanstraat 45
3905 KZ Veenendaal
0318 546546
0318 525653
info@ekris.nl
www.ekris.nl



Van Hunnik Veenendaal

Newtonstraat 12
3902 HP Veenendaal
veenendaal@vanhunnikautogroep.nl
F 0318-519063
T 0318-541163
www.vanhunnikautogroep.nl/



Ondernemen inspireert

Waarom heeft de ene ondernemer meer succes dan de andere? Ligt dat puur aan het ondernemersinstinct of is het vooral de gedrevenheid? "Natuurlijk zijn zakelijk inzicht en inzet essentieel, net als openstaan voor je omgeving. Ondernemers hebben anderen nodig om van gedachten te wisselen om tot nieuwe inzichten en op nieuwe ideeën te komen. Want zonder inspiratie brand je als ondernemer snel op.

"Maar: constructief bezig zijn met alles wat met het bedrijf te maken heeft, is op zich al één grote bron van inspiratie. Dat geldt niet alleen voor ondernemers zelf, maar ook voor ons," legt Ton Weideman, directeur van de vestiging van Flynth in Ede uit.

De accountants en adviseurs van Flynth – sinds 1 januari de nieuwe naam voor de GIBO Groep – willen voor ondernemers dé logische sparringpartner zijn en hun belangrijkste bron van kennis en inspiratie.

"Accountants hebben de neiging vooral terug te kijken. Dat is inherent aan hun werk: het controleren en opstellen van 'historische' cijfers. Veel accountants adviseren ondernemers vooral risicomijdend te handelen, terwijl ondernemen investeren is. Die traditionele rol van accountants is verleden

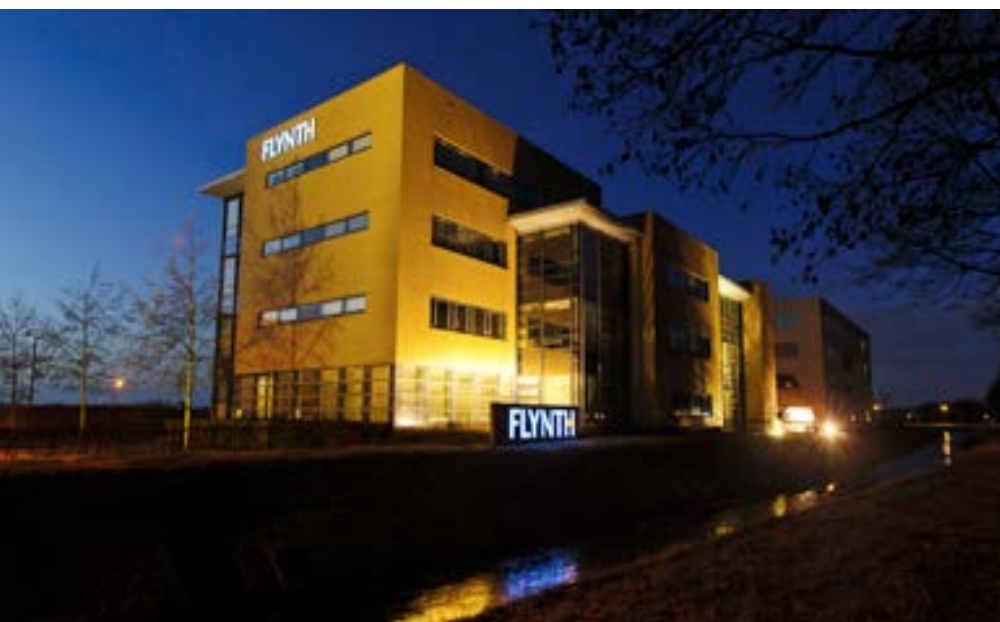
tijd. Het verwerken van financiële informatie wordt steeds meer een geautomatiseerd standaardproces, zeker sinds de invoering van SBR, standaard bedrijfsrapportage. We geven ondernemers inzicht in hoe hun onderneming er vandaag financieel voor staat en adviseren op basis van de actuele stand van zaken en directe verwachtingen en prognoses," stelt Ton Weideman.

"We kijken bij de advisering zo min mogelijk achteruit. Natuurlijk zijn de ontwikkelingen over de afgelopen maanden en jaren belangrijk om het perspectief te bepalen: hoe ligt de onderneming op koers?" licht Weideman toe. "Die koers is bepalend voor de plannen en begrotingen voor de komende jaren. Vooruitkijken is strategisch bezig zijn. We kijken ook om ons heen, gewoon praktisch: welke samenwerkingsmogelijk-

heden zijn er met andere partijen? Denk aan mogelijke samenwerking met 'complementaire' ondernemers of een onderwijsinstelling als het om kennis draait. Daarnaast kunnen we ons eigen landelijke netwerk nuttig inzetten voor de ondernemer. Denk aan subsidie- of overnamemogelijkheden. Daar liggen voor ondernemers die bij Flynth zijn aangesloten belangrijke voordelen: ze profiteren van ons lokale én landelijke netwerk."

Flynth wil de persoonlijke sparringpartner van de ondernemer zijn. "Onze mensen beschikken over de kennis en kunde om ondernemers toekomstgericht te adviseren. We kunnen de juiste deskundigheid uit de landelijke Flynth-organisatie inschakelen wanneer dat nodig is. We zijn één hecht team van bedrijfskundig adviseurs, juristen, fiscalisten en topspecialisten, ondanks dat onze mensen op verschillende locaties werkzaam zijn, door de slimme inzet van moderne communicatiemogelijkheden" aldus Ton Weideman. ■

Klinkenbergerweg 4 - 6711 MK Ede
Telefoon (0318) 619134 - www.flynth.nl



Barneveld... Verrassend, vertrouwd en Veluws

Internationale bekendheid vanwege de kip en het ei

Wie 'Barneveld' zegt, zegt 'kip en 'ei'. En 'Jan van Schaffelaar'. De gemeente Barneveld – met zijn negen dorpen – ligt centraal in Nederland. Centraler kan bijna niet. Van oudsher wordt de gemeente geassocieerd met de pluimveesector. En terecht. In Barneveld wonen 53.000 mensen en ruim 4 miljoen kippen. Toch is Barneveld meer dan 'kip en ei'. Het is een gemeente waar het goed wonen, werken én recreëren is. Barneveld werkt met acht andere gemeenten samen in Regio FoodValley, één van de top-regio's van ons land. Een dynamische gemeente, die zich wil promoten als verrassend, vertrouwd en Veluws. Daarom Barneveld!

De gemeente Barneveld is een fijne gemeente om te wonen, te werken en te recreëren. Barneveld telt op dit moment ruim 53.000 inwoners die woonachtig zijn in een van de negen dorpen. Daarvan zijn Barneveld en Voorthuizen de grootste kernen met respectievelijk 30.000 en 11.000 inwoners. Daarna volgen de dorpen Kootwijkerbroek, Garderen, Stroe, Zwartebroek, Terschuur, De Glind en Kootwijk. Alle dorpen hebben hun eigen identiteit; dat maakt de gemeente Barneveld tot een b(l)oeiend geheel. In de dorpen is veel te doen, omdat de vele verenigingen (en de vele honderden vrijwilligers!) smaak en kleur aan de samenleving geven.

Wonen in Barneveld...

De gemeente Barneveld breidt de komende jaren uit van ruim 53.000 inwoners naar zo'n 70.000 inwoners. Dat gebeurt met name in de dorpen Barneveld en Voorthuizen. In de andere dorpen van Barneveld (zoals Terschuur, Garderen en De Glind) is kleinschalige inbreiding mogelijk.

De gemeente Barneveld realiseert de komende periode de woonwijk Veller II (750 woningen, met name in de goedkope-

re koop- en huursector). In Veller II is ook ruimte voor de aanleg van het derde station van Barneveld langs de Valleilijn, Barneveld-Zuid.

Na de realisering van Veller II wordt het resterende gedeelte van woonwijk De Burgt bebouwd. In verschillende deelgebieden worden nog eens enkele honderden woningen bebouwd.

Als woonwijk De Burgt is afgerond, verlegt de gemeente Barneveld de nieuwbouwtwontwikkelingen naar de noordzijde van Barneveld. Ten noorden van de huidige woonwijk De Vaarst is ook ruimte voor enkele honderden woningen.

In Voorthuizen, de tweede kern van Barneveld, is de afgelopen jaren de nieuwbouwwijk Blankensgoed gerealiseerd. Nu worden voorbereidingen getroffen om aan de zuidzijde van Voorthuizen een nieuwe woonwijk te bouwen, Holzenbosch. In deze wijk worden zo'n 325 woningen gerealiseerd in diverse prijsklassen en typen.

In de verschillende kernen is op beperkte schaal ruimte voor nieuwbouw. Vaak gaat het dan om een locatie in de kern die op-



nieuw wordt ontwikkeld. Deze inbreidingsplannen geven inwoners – ook jongeren! – de mogelijkheid om in het eigen dorp te blijven wonen. Het draagt ook zeker bij aan de leefbaarheid van de dorpen.

Werken in Barneveld...

De gemeente Barneveld is ook een prima gemeente om te werken. Wist u bijvoorbeeld dat in de gemeente Barneveld – om precies te zijn in Kootwijkerbroek – het meeste aantal zzp-ers per km² zijn gevestigd? Een dynamische, ondernemende gemeente, die aan nóg meer ondernemers een plek wil bieden. De komende periode worden namelijk nieuwe bedrijventerreinen toegevoegd aan de bestaande locaties. Harselaar-West-West, Columbiz Park, 



Harselaar-Zuid en Harselaar-Driehoek zijn vier nieuwe kantorenlocaties en bedrijventerreinen waar ondernemers hun vleugels kunnen uitslaan. Daarvoor is – ondanks de economische omstandigheden van deze tijd – nog altijd belangstelling. Niet verwonderlijk, omdat ondernemen in Barneveld ondernemen op een – letterlijke – A1-locatie is. Het bedrijventerrein Harselaar is bijvoorbeeld via de A1 en de A30 prima bereikbaar. Ook op andere plekken in Barneveld wordt nieuwe ruimte geboden aan bedrijven die zich in Barneveld willen vestigen of de laatste jaren zó zijn gegroeid dat zij moesten omzien naar een nieuwe locatie. Dat gebeurt bijvoorbeeld aan de

noordzijde van het bedrijventerrein De Briellaerd en in Kootwijkerbroek op het bedrijventerrein Puurveen.

De gemeente Barneveld adviseert ondernemers door middel van het (fysieke en digitale) ondernemersloket (www.barneveld.nl/ondernemersloket), een vraagbaak voor vragen van ondernemers.

Uitgelicht: Harselaar-West-West en Columbiz Park

De eerste kavels van het toekomstige bedrijventerrein Harselaar-West-West zijn verkocht. Het terrein ligt in de 'oksel' van de A1 en de A30 en is 15 hectare groot. Op het bedrijventerrein wordt in ieder geval de

British Car Auction gevestigd en wordt een Logistiek Facility Center gerealiseerd.

Direct naast de spoorlijn Amersfoort-Apeldoorn ligt de toekomstige kantorenlocatie Columbiz Park. Dit nieuwe bedrijventerrein biedt ruimte aan ondernemers in de zakelijke dienstverlening. Een strategische locatie voor ondernemers die zich in Barneveld willen vestigen en goed bereikbaar willen (of moeten) zijn via het openbaar vervoer en met de auto. De afgelopen periode is het terrein bouwrijp gemaakt en de gemeente hoopt dat binnenkort kan worden gestart met de bouw van de eerste panden.

Promotie

Daarom Barneveld... Zo heet de promotiecampagne van de gemeente Barneveld. De komende tijd wil de gemeente Barneveld regionaal en landelijk laten weten dat de gemeente Barneveld méér is dan kip en ei; dat de gemeente verrassend, vertrouwd en Veluws is. De promotie is erop gericht om mensen uit de omgeving (en daarbuiten!) kennis te laten maken met het verrassende Barneveld. Om hier te komen winkelen, te wonen, te werken of te recreëren. ■

Voor meer informatie over het verrassende en vertrouwde Barneveld kunt u kijken op de speciale promotiesite www.daarombarneveld.com.



Wethouder Aart de Kruijf: "Barneveld is een belangrijke speler in Regio FoodValley"

De gemeente Barneveld is één van de acht gemeenten van Regio FoodValley. Wethouder Aart de Kruijf is bestuurlijk verantwoordelijk voor de samenwerking van Barneveld in deze nieuwe bestuurlijke regio.

"De regio wil een topregio in food worden en daar wil ook de gemeente Barneveld graag een lans voor breken. Eigenlijk zijn we als gemeente met het grootste Landbouw Ontwikkelingsgebied (LOG) van Nederland binnen onze gemeentegrenzen, al een foodgemeente van formaat, maar de omgevingsfactoren moeten naar ons idee nog beter. Ons bestemmingsplan buitengebied is actueel en digitaal gemaakt en komt half maart in de inspraak. Er zijn ruimhartige bouwmogelijkheden voor agrarische bedrijven opgenomen, waarbij in het plan ruim is voorzien in flexibele afwijkingsmogelijkheden om uitbreidingen en/of innovaties op bedrijfsniveau te kunnen accommoderen. Voor locaties waar agrarische bedrijven willen stoppen (functieverandering) zijn zeer bruikbare mogelijkheden opgenomen om een overgang naar wonen of het gebruik voor een niet- agrarisch bedrijf te realiseren."

"In het regiocontract, dat we binnenkort met de provincie Gelderland willen afsluiten, hebben we stevig ingezet op programma's die het agrarisch ondernemerschap en de verbetering van de kwaliteit van het buitengebied versterken. Want naast ruimte voor ondernemen, moet ook de kwaliteit van onze leefomgeving verder omhoog. Het is goed wonen en recreëren in de FoodValley, maar goede kwaliteit behoeft onderhoud en versterking. We hebben als gemeente inmiddels al een Ontwikkelings Fonds Platteland (met daarin voldoende middelen) ingericht, om de verbetering van de

fysieke omgeving vorm en inhoud te geven. Maar dat willen en kunnen we niet alleen doen. Sterker nog, we liften graag mee op de bewegingen die anderen in gang zetten. Het past in het tijdsbeeld om als overheid een toontje lager te zingen en eigen- initiatief en verantwoordelijkheid te stimuleren."

"Regionaal samenwerken betekent ook lijnen uitzetten naar de toekomst. De regio moet structuur houden en krijgen. De provinciale aanpak om de provinciale Structuurvisie samen met de regio vorm en inhoud te geven, omarmen we. Onze strategische agenda moet de basis gaan vormen voor de Structuurvisie. De signalen die we uit het provinciehuis op dit punt krijgen, stemmen ons hoopvol. Voor het bedrijfsleven betekent dit participatie en de handen in één slaan. Niet 'reageren op', maar 'deelnemen aan'. Ook op de beleidsvelden als onderwijs, infrastructuur en bedrijfsterreinen, zetten we stevig in. De kennis-as ontwikkeling mag Barneveld niet voorbij gaan. Naast een nog indringender koppeling van ons onderwijs aan het bedrijfsleven en de doorontwikkeling van ons MBO streven we samen met de Aeres Groep naar het ontwikkelen van Hoger Beroepsonderwijs in Barneveld. Onze campus aan de Wesselseweg moet mee in de vaart der volken".

"De gemeente Barneveld moet bereikbaar blijven naar het noorden, zuiden en met name het westen. Deze problematiek behoeft vanwege zijn veelomvattendheid een katern op zichzelf. Hetzelfde geldt voor de noodzaak van de doorontwikkeling van onze regionale bedrijfsterreinen. Als poort van de Randstad liggen er in Barneveld bijna onbegrensde mogelijkheden, maar dan moeten wij (en dan bedoel ik de gemeente zelf) wel doorpakken".

Aart de Kruijf
Wethouder

Jansen Poultry Equipment

Pluimveehuisvesting met respect voor dierenwelzijn



Wat ooit begon als een 'hobbyproject' om het pluimveebedrijf van zijn vader te automatiseren is inmiddels uitgegroeid tot een internationaal opererend, florerend bedrijf met ruim honderd medewerkers. Oprichter en directeur/eigenaar van Jansen Poultry Equipment Ab Jansen is met recht trots op alles wat hij tijdens het inmiddels 25-jarig bestaan van zijn onderneming heeft bereikt. "Helemaal omdat we ons al 25 jaar aan dezelfde filosofie houden: het welzijn van de dieren staat voorop."

Het Barneveldse bedrijf is gespecialiseerd in het ontwerpen, produceren en wereldwijd installeren van huisvestingssystemen voor pluimveebedrijven. Daarnaast legt het bedrijf zich tegenwoordig ook toe op de kalverhuisvesting. "We begeven ons op een markt met veel concurrentie, zowel vanuit het binnenland als vanuit het buitenland. Ons streven is om voorop te lopen in de markt, iets wat ons ook meestal lukt. Maar daarvoor moeten we wel constant scherp blijven en blijven innoveren. We hebben dan ook als doel om jaarlijks een à twee nieuwe producten op de markt te zetten. Een enorme uitdaging, maar dat maakt deze business voor mij juist zo interessant."

Wereldwijd

Jansen Poultry Equipment beperkt zich al lang niet meer tot de Nederlandse markt. Tegenwoordig is zo'n 70% van de productie bestemd voor export. "We doen zaken met bedrijven

verspreid over zo'n zestig landen. De Nederlandse markt is relatief klein. Dat komt voor een groot deel doordat in Nederland (en de andere EU-landen) het BroMaxx-huisvestingssysteem voor vleeskuikens verboden is." Iets waar Jansen zich - met recht - druk om kan maken. "Wij zetten ons juist in voor het welzijn van de dieren en houden daar bij onze ontwerpen rekening mee. Maar organisaties als Wakker Dier en de Dierenbescherming willen dat niet inzien en de overheid volgt hun advies blindelings. Het systeem dat wij leveren wordt zelfs gelijkgesteld aan dierenleed; pure onzin. De verouderde systemen die in de meeste pluimveebedrijven worden gebruikt bevorderen juist het dierenleed. Daar lopen de kippen op strooiselvloeren in hun eigen mest met een veel groter risico op ziektes, infecties en welzijnsproblemen als gevolg. Deze worden bestreden met kostbare antibiotica die de consument via het vlees vervolgens ook weer

binnenkrijgt. Een ongezonde situatie voor mens en dier dus! Deze problemen zijn met het BroMaxx systeem verleden tijd, omdat de kippen op kunststof roosters lopen waardoor alle ontlasting meteen naar beneden valt en wordt afgevoerd."

Ideaalbeeld

Jansen hoop dat de Europese overheden ergens in de komende jaren nog doordrongen zullen raken van het grote antibioticaprobleem in de pluimveebranche. "Eens zullen ze toch in moeten zien dat pluimvee op een andere manier gehuisvest kan worden, zonder alle nadelen en het toedienen van antibiotica als gevolg. Uiteindelijk is dit beter voor het welzijn van de kip, het welzijn van de consument en de economische situatie van de pluimveebedrijven." Tot die tijd blijft hij zich hiervoor inzetten. "Daarbij word ik geïnspireerd door een schilderij dat in mijn kantoor hangt; een afbeelding van kippen die vrij op het land lopen met op de achtergrond een afbeelding van de stal van mijn vader. De illusie dat kippen ooit weer op die manier vrij in de natuur gehouden kunnen worden is economisch gezien niet realistisch. Maar je kunt dit ideaalbeeld wel in je achterhoofd houden en proberen dit zo dicht mogelijk te benaderen. Dat is waar Jansen Poultry Equipment voor staat!" ■

Regio FoodValley werkt aan perfect vestigingsklimaat

Ondernemend, innovatief en verbindend

Regio FoodValley is dé plaats voor foodbedrijven die zich dichtbij kennis en onderwijs willen vestigen. De regio profiteert van de internationale bekendheid van het merk FoodValley. In het gebied is volop ruimte voor kenniscentra, innovatieve levensmiddelenindustrie en andere bedrijvigheid.

FoodValley is een sterk concept doordat kennisinstellingen, bedrijven en overheid samenwerken. Samen hebben zij een ambitie geformuleerd: de Valleiregio ontwikkelen tot een Europese topregio en internationale thuisbasis voor bedrijven en kennisinstellingen voor duurzame voeding en een gezonde leefomgeving.

Antwoord van de Regio

Wageningen Universiteit & Research centre speelt een centrale rol in het onderzoek-, kennis- en onderwijsnetwerk van de regio. Op alle niveaus binnen dit netwerk worden vakmensen opgeleid. De regio kent een grote diversiteit aan bedrijven, gerelateerd aan food. Haar uitdaging is om kennis en bedrijven te verbinden en toepassing van kennis te stimuleren.

Om vanuit de overheid bij te dragen aan de FoodValley Ambitie is in 2011 de bestuurlijke Regio FoodValley opgericht. Een samenwerking van acht gemeenten: Wageningen, Rhenen, Veenendaal, Ede, Barneveld, Renswoude, Scherpenzeel en Nijkerk.

Werken en leren

Landschap, natuur en centrale ligging maken de FoodValley regio tot een goed bereikbare en gezonde leefomgeving, waar bedrijven zich graag vestigen.

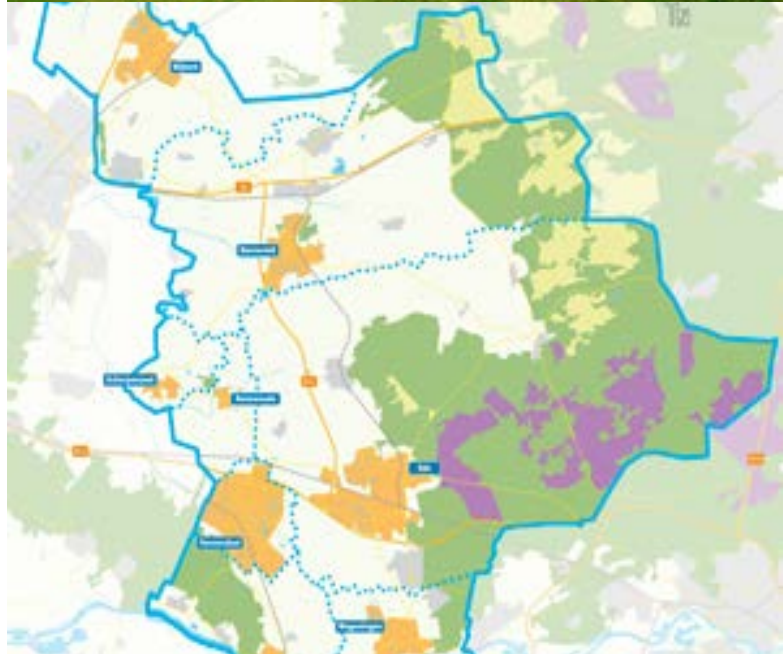
“Regio FoodValley versterkt de kennisontwikkeling over Food en zorgt voor werkgelegenheid, goed onderwijs en prettig wonen in het mooie landschap van Vallei, Heuvelrug en Veluwe”, zegt Cees van der Knaap, burgemeester van Ede en voorzitter van Regio FoodValley. “De Regio is ondernemend, innovatief en verbindend.”

Bedrijven komen

Het vestigingsklimaat voor bedrijven krijgt veel aandacht. Dat gebeurt door het afstemmen in de regio van de woningbehoefte, de leefomgeving en bedrijfslocaties op basis van concrete afspraken. De kennis en innovaties op gebied van food maken de regio aantrekkelijk voor bedrijven om zich te vestigen en biedt bewoners kans op werkgelegenheid en goede opleidingen. Niet voor niets is agro&food één van de topsectoren van de rijksoverheid.



Forum-gebouw op de Wageningen Campus



‘Topregio en internationale thuisbasis van bedrijven en kennisinstellingen voor duurzame en gezonde voeding en een gezonde leefomgeving.’

Toppositie

Er is meer, zegt Van der Knaap. “De arbeidsmoraal is hoog, ondernemers zijn betrouwbaar. Met onze toppositie in agrofoodkennis kunnen bedrijfsleven en onderwijs excelleren. De uitwisseling tussen wetenschap en praktijk is onderscheidend.” Volgens Van der Knaap heeft de regio goud in handen. “De provincies Gelderland en Utrecht zijn partners in het realiseren van onze ambitie. Gelderland dicht de Valleiregio een gouden toekomst toe, die te danken is aan FoodValley.” ■

Barneveld

De kip en het ei veroveren de wereld

Barneveld is een van de acht gemeenten die de handen ineen hebben geslagen om FoodValley regio te laten uitgroeien tot een top-5 regio voor gezonde en duurzame voeding in Europa. Dat doen zij samen met onderzoeks- & kennisinstellingen en het bedrijfsleven binnen het concept FoodValley regio. Nu onderzoeken zij gezamenlijk hoe ze dit concept kunnen versterken en uitbouwen.

In deze en de komende uitgaven gaat Vallei Business met gemeenten en bedrijven om tafel om steeds een bijzondere kant van deze topregio uit te lichten. Barneveld bijt hierbij de spits af. Het is

een gemeente waar veel gebeurt op het gebied van Food en in het bijzonder op het gebied van de pluimveehouderij. Barneveld, de kip en het ei zijn onlosmakelijk aan elkaar verbonden. Aan tafel zit-

ten Ab Jansen, directeur Jansen Poultry Equipment, Jan Harthoorn, commercieel directeur Harthoorn Logistics, Alicia Abraham-Overeem, PR Officer Moba en Jos Berkvens, adviseur economische za-



Vlnr: Ab Jansen van Jansen Poultry Equipment, Jos Berkvens van de gemeente Barneveld, Jan Harthoorn van Harthoorn Logistics en Alicia Abraham-Overeem van MOBA



ken en bedrijfscontacten gemeente Barneveld. Berkvens is tevens adviseur van het Dutch Poultry Centre (DPC), een samenwerkingsverband van industriële bedrijven binnen de Nederlandse pluimveesector.

Profileren

Veel Barneveldse bedrijven zijn betrokken bij het Dutch Poultry Centre, omdat ze het essentieel vinden om gezamenlijk naar buiten te treden. Abraham verwoordt: "Voor ons is het belangrijk om ons als Nederlandse pluimveesector te profileren." De vogelgriep die bijna tien jaar geleden haast alles platlegde, was voor de gemeente Barneveld ook een reden om zich vanuit de pluimveesector beter te organiseren en nog meer de samenwerking te zoeken. Berkvens: "Daar is het DPC uit ontstaan en zijn de contacten met Food Valley begonnen. We merken dat het concept Food Valley nog wel lastig is voor het MKB, omdat ze het doorgaans erg druk hebben met hun eigen business." Er zijn wel contacten onderling of met kennisinstellingen, zo werkt Jansen al vele jaren samen met Wageningen University & Research centre (WUR). "We vragen hen elk jaar om onze verkopers bij te spijkeren over bijvoorbeeld voersystemen, zodat ze up to date blijven. Daarnaast werken we nu een nieuw soort testruimte voor kippen uit voor Wageningen UR."

Over Regio FoodValley

Binnen regio FoodValley werken acht gemeenten samen met kennis- & onderzoeksinstituten en het bedrijfsleven om de FoodValley regio te ontwikkelen tot hét agrofoodcentrum van Europa. Deze ambitie staat omschreven in de FoodValley Ambitie 2020, een initiatief van Wageningen UR, Stichting Food Valley, Oost NV, Biopartner Wageningen en de Rabobank. De gemeenten Barneveld, Ede, Nijkerk, Renswoude, Rhenen, Scherpenzeel, Veenendaal en Wageningen hebben als belangrijkste doelstelling het creëren van een goed vestigingsklimaat en een hoogwaardige leefomgeving. Alle samenwerkende partijen streven ernaar om ervoor te zorgen dat Food Valley de internationale topregio voor kennis en innovaties op het gebied van gezonde en duurzame voeding wordt. Van Food Valley maakt ook het Dutch Poultry Centre (DPC) deel uit. Berkvens: "Het DPC heeft haar zetel in Barneveld. Van hieruit wordt samengewerkt om Nederland als pluimveeland op de wereldmarkt te profileren."

Samen sterk

Ontwikkeling staat ook bij Moba hoog in het vaandel, maar Food Valley is voor het bedrijf nog niet heel tastbaar. Abraham: "Wij zijn een technisch en innovatief bedrijf dat continu in ontwikkeling is en kijken altijd naar wat de markt doet. Waar we tegenaan lopen is het vinden van technisch goed opgeleide of ervaren mensen die bij ons willen werken. In Barneveld zit zoveel techniek, maar het is moeilijk om de juiste mensen hier te krijgen. Het maken van eiersorteermachines klinkt misschien niet erg aantrekkelijk, maar het is ontzettend innovatief, je kunt er letterlijk je ei in kwijt. De vraag is dan: hoe zorg je ervoor dat potentials het interessant vinden om in deze regio aan het werk te gaan." Ook

voor Harthoorn is specifiek wetenschappelijk onderzoek op het gebied van food minder interessant, maar kennis op het gebied van logistiek of energie past wel bij zijn bedrijf. Kennis over randvoorwaarden is voor veel bedrijven in de regio van belang en Harthoorn pleit er dan ook voor dat Regio Food Valley meer die richting op moet gaan. "Je hebt het allemaal druk, maar als een regiomanager bij al die bedrijven langs zou gaan om te kijken waaraan er behoefte is en welke bedrijven iets voor elkaar kunnen betekenen, dan zou dat echt een meerwaarde zijn. De samenwerking mag veel intensiever, ook buiten het kennisgebied om. Probeer bedrijven samen sterk te maken, want dat is wat we nodig hebben." Berkvens valt hem bij, het is een



Over Moba

De naam Moba staat voor Mosterd Barneveld. Job Mosterd heeft in 1947 in een schuurtje achter zijn huis een eiersorteermachine ontwikkeld en daarmee is de basis gelegd voor een groot bedrijf met vestigingen over de hele wereld. Abraham: "Het hoofdkantoor met 330 medewerkers, is gevestigd in Barneveld, maar we hebben ook kantoren in onder andere Azië en Amerika. We maken nog steeds eiersorteer- en verpakkingsmachines. Tegenwoordig is alles volautomatisch en kunnen de eieren met een snelheid van 1600 tot 180.000 eieren per uur gesorteerd worden op bijvoorbeeld gewicht, kleur en bloed in het ei. Als je kijkt naar ons aandeel op de wereldafzetmarkt, dan mogen wij ons met trots marktleider noemen.

punt dat ook door andere bedrijven uit de regio naar voren is gebracht. "We moeten naar de ondernemers toe en dat is precies een punt wat we gaan oppakken."

Problemen en kansen

De ideeën en problemen die aangekaart worden, staan ook bij de gemeente en andere partijen op de agenda. Het tekort aan goed opgeleid technisch personeel is al jaren een probleem en is een van de zaken waaraan gewerkt wordt. "Opleidingen zijn versnipperd", merkt Berkvens op. "Dat is niet alleen een Nederlands, maar ook een West-Europees probleem. Vanuit de WUR is al gezegd dat we meer zouden moeten

clusteren om competitief te blijven met bijvoorbeeld Australië en Amerika. Daar zijn al een soort Poultry Academies ontstaan en doordat PTC+ (Practical Training Center) en het Groenhorst College willen vernieuwen is het in een stroomversnelling gekomen om dat ook hier op te zetten. Vanuit DPC hebben we gezegd dat je de Poultry Academy als nationaal cluster voor de pluimvee hier zou moeten concentreren. Dat plan wordt op dit moment uitgewerkt." Een ander probleem dat door de gesprekspartners gesignaleerd wordt, is dat de ruimte om te kunnen groeien beperkt is. Jansen: "We willen allemaal vooruit, maar dan moet er ook over de infrastructuur

worden nagedacht. Als we tot de top van de wereld willen behoren, dan moet de basis goed zijn." Harthoorn deelt die mening van harte: "Het belang van infrastructuur, bereikbaarheid, uitbreiden van bedrijventerreinen et cetera zijn de ontwikkelingen die er ook toe leiden dat Barneveld de kansen kan benutten." De taak van de gemeente is om voor dergelijke voorwaarden te zorgen en dat is een onderdeel dat in regionaal verband hoog op de agenda staat. Berkvens: "We zijn er druk mee bezig om voor voldoende ontwikkelruimte te zorgen, maar het is een lastig punt. Maar we realiseren ons absoluut dat het hard nodig is." Abraham geeft tot slot nog een punt van aandacht mee en dat is: "zorg voor voldoende hotelfaciliteiten, want die ontbreken op dit moment."

Imago verbeteren

De wereldeconomie blijft toenemen en intensieve veehouderij wordt daardoor steeds belangrijker. Maar juist die sector kampt met een slecht imago en dat merken ze ook in Barneveld. De markt vraagt om dier-vriendelijke, milieuvriendelijke én gezon-

de oplossingen, maar wel met het oog op massale consumptie. Juist dan zou het oog van de wereld op deze regio gericht moeten zijn, want hier zijn de bedrijven en kennisinstellingen hard aan het werk om de beste systemen te ontwikkelen. Zo worden er naast de stalinrichting van Jansen, die een model heeft ontwikkeld waarbij kuikens niet in de eigen mest hoeven te lopen, ook andere systemen getest, zoals het Rondeel (een voliëresysteem met een aparte uitloop) en De Plantage (een systeem met natuurlijke elementen de dagbesteding van de kip volgt). Beide modellen zijn ontwikkeld door WUR en worden getest in Barneveld. Berkvens: "We willen ze juist hier in dit gebied hebben staan, want dit is toch het modelgebied. Het is als het ware een etalage voor de wereld als het gaat om pluimveehouderij. Zo kunnen we het innovatieve van Nederland op het gebied van food en in het bijzonder op het gebied van pluimvee nog meer naar buiten

Over Jansen Poultry Equipment

Vorig jaar heeft Jansen Poultry Equipment het 25-jarig bestaan gevierd. Jansen: "Het is begonnen als een eenmansbedrijfje en nu zijn er 120 medewerkers. We maken stalinrichtingen voor onder andere legkippen en vleeskuikens. We werken veel in het Midden-Oosten en Azië. We hebben systemen ontwikkeld waardoor vleeskuikens kunnen groeien zonder antibiotica. In West-Europa wordt gezegd dat het goed is voor kuikens om in stro te lopen. Dat is goed, maar dan moet je er geen massa kuikens over laten lopen, want dan werkt het averechts. Na drie dagen zit er al mest door dat mooie strooisellaagje en na vijf weken is het aan het broeien, waardoor de voetzolen gaan ontsteken en er ammoniakdampen vrij komen. Wij halen de kuikens uit de mest, zodat ze in een schone lucht en op een schone grond kunnen lopen."

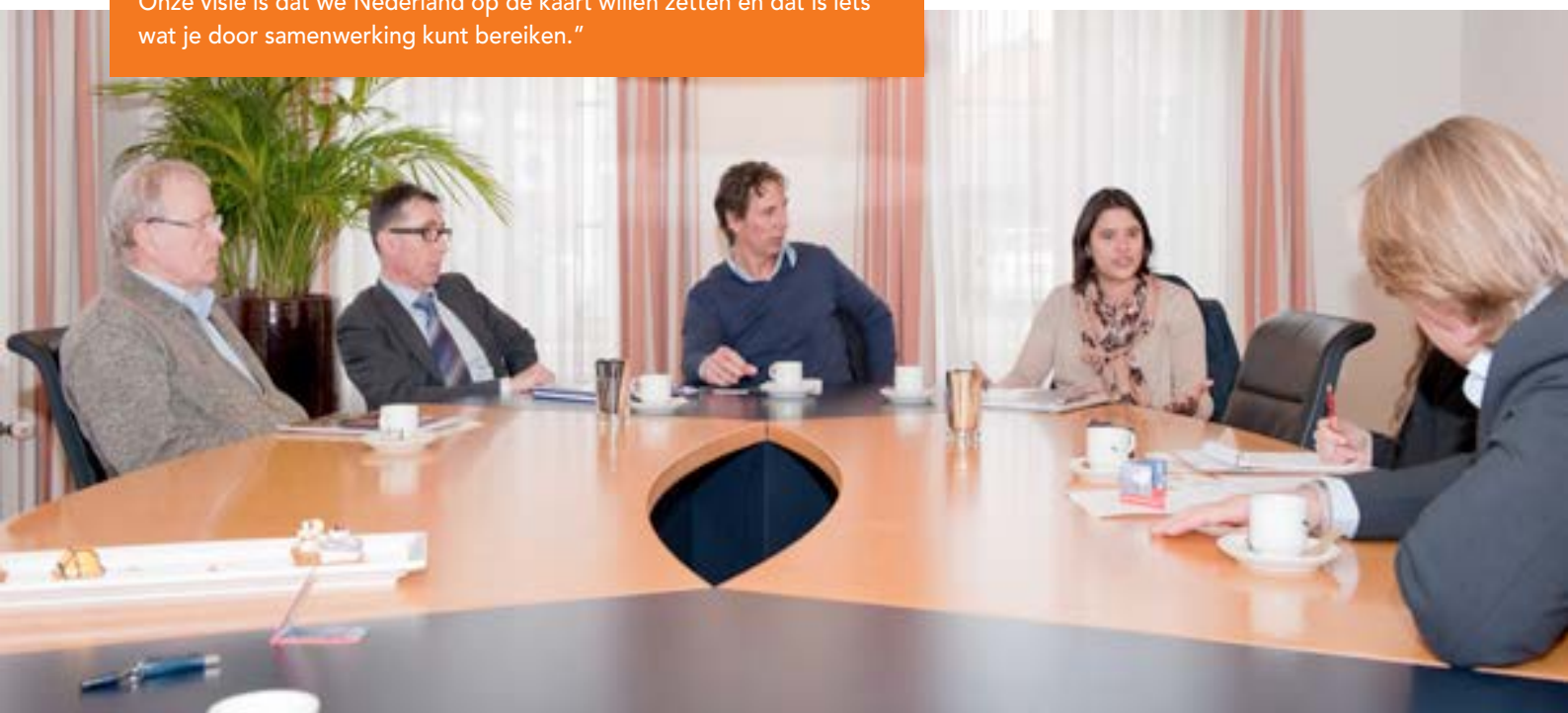
brengen. Het is nodig om dit te promoten, want het imago van de pluimveesector is slecht, terwijl het juist een innovatieve en boeiende sector is." Abraham legt uit dat deze sector juist innovatief is, omdat de industrie razend snel verandert. "Zeker internationaal speelt er veel. In Nederland is bijvoorbeeld het sorteren van eieren heel

normaal, maar dat is niet in alle landen zo. Daar proberen wij de mensen te laten zien hoe belangrijk het is voor de voedselveiligheid en je eigen welzijn. Dat moet je niet in je eentje doen, de hele keten moet daaraan mee doen. En daar zou FoodValley aan kunnen bijdragen."

Barneveld wil binnen de Food Valley regio een centrum zijn voor de pluimveehouderij. Berkvens sluit het gesprek af door het mooie streven van Regio FoodValley te verwoorden: "Nederland moet top zijn op het gebied van food en Barneveld moet daar een landmark van zijn. De ambitie is dat Food Valley in 2020 tot de top 5 van de wereld behoort op het gebied van innovatie en kennisontwikkeling van food. En daar werken we met zijn allen hard aan." ■

Over Harthoorn Logistics

Harthoorn Logistics is een familiebedrijf dat in 1957 is opgericht die zich bezig houdt met logistieke dienstverlening van diepgevroren en gekoelde voedingsmiddelen. Harthoorn; "Onder deze groep behoren drie specialistische ondernemingen die zich elk toeleggen op een deel van de totale logistieke keten: "Harthoorn Coldstores" voor op- en overslag, "Harthoorn Packaging" voor het verpakken voor de retail, foodservice & industrie en "Harthoorn Forwarding" voor alle transportbewegingen. We zijn als groep sterk gelieerd aan de pluimveebranche. Onze visie is dat we Nederland op de kaart willen zetten en dat is iets wat je door samenwerking kunt bereiken."



DE STE

**Monique Rosbergen-
van Minnen,**
Pro'98

1. Wat is uw visie op de samenwerking van de acht gemeenten in Regio FoodValley?

Ik zie het vooral als een strategische regionale samenwerking. Samen bereik je als gemeente -bijvoorbeeld - op nationaal niveau meer dan alleen.

2. Wat zijn de sterke punten van Regio FoodValley?

Het is ruimtelijk een aaneengesloten duidelijk aan te geven gebied, waarbinnen veel op het gebied van voedsel en voedselproductie plaats vindt. Voedsel is daarmee de kapstok geworden om allerlei zaken binnen de regio op te pakken.

Samenwerking tussen bedrijfsleven, overheid en onderwijs is dan van groot belang. Zij kunnen elkaar versterken door meer af te stemmen. Arbeidsmarkt en onderwijs kunnen elkaar zo beter bedienen. Maar ook het vestigingsklimaat is van belang. Als je ondernemers naar deze regio wilt trekken, dan moet de regio genoeg te bieden hebben. Denk maar aan de bereikbaarheid door goede infrastructuur en openbaar vervoer, voldoende woningen, maar ook een schone en duurzame leefomgeving en voldoende mogelijkheden om te recreëren.

3. Welk belang heeft Barneveld bij die samenwerking? Ziet u voordelen?

Neem het Knooppunt A1/A30. Deze aansluiting staat nog niet op de Uitvoeringsagenda van het Rijk, terwijl het nu al een knelpunt is. Het is nu niet alleen Barneveld die in Den Haag moet lobbyen om deze aansluiting op de agenda te krijgen. Er vindt nu een lobby plaats vanuit de regio. Ik ga er vanuit dat een lobby namens 8 gemeenten van grotere invloed zal zijn, dan een lobby alleen vanuit Barneveld.

Maar ook heel praktisch: de decentralisatie van allerlei rijkstaken moet op korte termijn plaats vinden. In plaats van zelf proberen het wiel uit te vinden, kunnen de gemeentes van elkaar leren en samen deze nieuwe taken aanpakken. Een voorbeeld is de jeugdzorg.

4. Welke invloed heeft de gemeenteraad op die samenwerking?

De gemeenteraad stelt de strategische agenda vast en controleert de wethouders op de uitvoering. Van alle deelnemende gemeenten is een wethouder lid van het DB en AB.

Vanuit de regiocommissie, bestaande uit raadsleden van de diverse gemeenten, zien we er op toe dat "de gang" er in blijft. Zodat de gemeenteraden tijdig besluiten kunnen nemen.



5. Wat vindt u belangrijk dat inwoners en ondernemers weten van de samenwerking?

Dat het de ambitie van de gemeentes is om een topregio (in de topsector Food) te worden. Dat zij willen faciliteren en samenwerken met ondernemers en inwoners om die ambitie te verwezenlijken. Doel van de samenwerking is dat onze kinderen en kleinkinderen hier straks kunnen wonen, werken, studeren en recreëren in een economisch gezonde, bereikbare, maar ook duurzame en kwalitatieve leefomgeving.

LLING

Gerard Schotanus,
SGP

1. Wat is uw visie op de samenwerking van de acht gemeenten in Regio FoodValley?

Een absolute must! Als regio hebben we een ijzersterk merk: FOOD. In de regio komen alle elementen van voedselproductie bij elkaar. Ik durf de stelling aan dat de voedselkolom nergens op de wereld zo aanwezig is als in Regio FoodValley. Productie, onderzoek, onderwijs, logistiek, ondernemerschap en ondernemersklimaat, etc. Daarbij is de ligging uniek in Nederland. Het gebied kent een zeer goede ontsluiting qua infrastructuur A28, A1, A12, A30, twee havens in Nijkerk en Wageningen. Lelystad en Schiphol op nog geen 75 km afstand. En daarbij is er nog ruimte. Ruimte voor ontwikkeling van bedrijventerreinen, maar ook ruimte om te leven en te recreëren in de mooiste streek van Nederland. Veluwe, randmeren, rivieren. Kijkend naar de financieringsstromen vanuit de nationale- en Europese overheid is samenwerking een must.

2. Wat zijn de sterke punten van Regio FoodValley?

Zie hierboven.

3. Welk belang heeft Barneveld bij die samenwerking? Ziet u voordelen?

Ik vind dit een lastige vraag. Natuurlijk is er een belang van de gemeente maar in de

eerste plaats is er een regionaal belang. Als we het in die volgordelijkheid zouden benaderen, dan zal blijken welke kracht en potentie Barneveld heeft. Alle elementen die de regio in zich heeft, zijn in meer of mindere mate in Barneveld aanwezig. En deze kunnen nog meer uitgebouwd worden. B.v. de infrastructuur, bedrijventerreinen, promotie van de pluimvee, enz.

4. Welke invloed heeft de gemeenteraad op die samenwerking?

Door middel van onder andere de strategische agenda en het uitvoeringsprogramma kan er invloed worden uitgeoefend. Maar ook door afstemming tussen de verschillende gemeenteraden is invloed mogelijk. En door deelname aan het dagelijks en algemeen bestuur van de regio. Maar ook door als raadslid de volksvertegenwoordigende rol goed uit te oefenen: wat er leeft er onder de inwoners en met name de ondernemers als het gaat over de onderwerpen die in de regio leven.

5. Wat vindt u belangrijk dat inwoners en ondernemers weten van de samenwerking?

Voor inwoners zal het niet altijd direct zichtbaar zijn wat Barneveld aan een regionale samenwerking heeft, desalniettemin zal er een goede informatie en communicatie plaats moeten vinden om de inwoners erbij te betrekken. Als ondernemer



zul je voor het welslagen van een goede samenwerking binnen de regio alles moeten weten. Wat kunnen we voor elkaar betekenen? Waar liggen de mogelijkheden? Waar de bedreigingen? Een goed databestand is hierbij van groot belang. Er liggen nog volop mogelijkheden voor de partijen om er een topregio van de maken. "Gung Ho", zeggen de Chinezen. "Dat betekent samenwerken." Dat is van vitaal belang.



SUCCESVOL
ONDERNEMEN =
GEZIEN WORDEN
GEHOORD WORDEN
BESPROKEN WORDEN
GEBELD WORDEN

PORS|DE RIDDER PR **HELPT U** BIJ:

- # **PER**TRAJECTEN
- # **MEDIA**RELATIES
- # **COMMUNICATIE**
- # **COPY**WRITING
- # **DE EFFECTIEVE** INZET
VAN **SOCIAL MEDIA**

Pors|de Ridder
 communicatie & public relations

0318 - 438 487
www.porsderidder.nl
twitter.com/porsderidder

SPECIAL

COMMUNICATIE



Sociale netwerken zijn een must

Sociale media hebben een ingrijpende invloed gehad op de manier waarop wij met elkaar omgaan, communiceren, organiseren, onze meningen vormen, en zelfs winkelen. Deze media hebben grenzen doen vervagen, meer transparantie geboden en voor meer continuïteit gezorgd in alles wat we doen. Inmiddels is ongeveer tien procent van de gehele wereld met elkaar verbonden middels sociale media, en dat aandeel groeit dagelijks. Organisaties en bedrijven kunnen ze niet meer negeren of blokkeren. Sociale media maken deel uit van de wereld waarin we leven, leren, spelen en werken.

De realiteit is dat je dáár moet zijn waar je doelgroep zit, en die mensen vind je waarschijnlijk vaker terug op een sociaal medium dan op welk ander platform of locatie. Zowel klanten als partners en medewerkers verwachten met jou in contact te kunnen komen via sociale media. Het is voor jou als ondernemer dus een manier om in contact te blijven, feedback te verzamelen, medewerkers te werven en samen te werken. Daarom moet je sociale media in je omgeving ondersteunen om de innovatie mogelijk te maken, de productiviteit te verhogen en de groei te bevorderen die nodig is om je onderneming te laten overleven.

Risico's van sociale media

Alles wat de sociale media zo aantrekkelijk maakt voor de gebruikers – het persoonlijke, het gemak waarmee informatie kan worden gedeeld, en de real-time aard van het medium – vormen aanzienlijke risico's voor je onderneming. Hieronder volgen de vier belangrijkste risico's waarmee je wordt geconfronteerd bij het gebruik van sociale media.

1. Malware: In 2010 werden de sociale media de favoriete communicatie-methode van de gebruikers. Deze gebruikers brengen meer dan 700 miljard minuten door alleen al op Facebook, en daarmee maken zij sociale netwerksites en hun gebruikers tot ideale slachtoffers van malware. Uit een onderzoek van IT-beveiligers Sophos bleek dat 40% van alle gebruikers met malware geïn-

fecteerd was die afkomstig was van sociale netwerksites. De aanvallen van die malware maken gebruik van de vertrouwensband die is opgebouwd tussen de gebruikers en hun relaties. Zij (de malware-verspreiders) proberen gebruikers ertoe over te halen, informatie prijs te geven waarmee ze financieel voordeel kunnen behalen. Enkele voorbeelden van malware die met name succesvol is bij sociale media zijn:

- phishing: gebruikmakend van steeds slimmere technieken doen aanvallers zich voor als één van je legitieme sociale-netwerkrelaties en proberen je gevoelige informatie te ontlokken, zoals je inlogcodes. Ze maken misbruik van het feit dat veel mensen gewoonlijk voor al hun accounts dezelfde wachtwoorden gebruiken, en hopen dat als ze jou een gebruikersnaam en wachtwoord kunnen ontfutselen, ze toegang kunnen krijgen tot meer winstgevendende accounts zoals je bankrekening en andere financiële en online accounts.

De meeste gebruikers zijn er wel op bedacht om hun inlogcodes behorende bij hun financiële accounts niet prijs te geven, maar hun dagelijkse inlogcode tot een sociale netwerksite is slechts een kleine hindernis voor cybercriminelen om online zaken te stelen. Daarom richten steeds meer phishing-aanvallen zich op schijnbaar onbelangrijke online gebruikers-accounts.

- click-jacking: aanvallers proberen je te verleiden om op een link te klikken, bijvoorbeeld wordt zo'n link op je wall gepost en worden je vrienden gespamd met lokkertjes als 'kijk snel' of 'bekijk de foto's'. Als iemand dan op zo'n link klikt, installeren ze zonder dat ze het beseffen malware (code of script) die kan worden gebruikt om informatie te stelen of het beheer van de computer over te nemen. Clickjacking maakt misbruik van de dynamische aard van de sociale netwerksites en de bereidheid om te klikken op links op pagina's van mensen die je kent, en zelfs van mensen die je niet kent, om snel een groot publiek te bereiken. Zo verleiden ze je op slinkse wijze om privé-informatie prijs te geven (bijvoorbeeld door enquêtes), hits binnen te halen voor reclame-inkomsten, en uiteindelijk toegang te verkrijgen tot je gehele sociale netwerk.

2. Verlies van gegevens: Bij sociale netwerken gaat het om het opbouwen van relaties en het delen van ervaringen en informatie. Maar soms is het niet de bedoeling dat die informatie publiek gemaakt wordt. Het komt vrij vaak voor dat mensen argeloos vertrouwelijke informatie posten ('hé, ik heb zojuist een gesprek gehad met xxx en ik zie een forse commissie aankomen' of: 'ik ben radeloos, als we niet snel deze software-bug onschadelijk maken, heb ik een maand lang slapeloze nachten'). Dit kan geklassificeerd worden als 'interne kennis'. ▲



Er zijn ook gevallen bekend waarbij medewerkers onbewust op maat ontwikkelde software-codes op sociale netwerksites postten, en daarmee gevoelig intellectueel eigendom prijsgaven. Deze handelingen, hoewel niet doelbewust verricht, kunnen branche-specifieke verordeningen schenden, je reputatie aantasten, of je op achterstand zetten tegenover de concurrentie.

3. Verbruik van bandbreedte: Niet minder dan 40% van alle medewerkers geeft toe dat ze op hun werkplek op sociale netwerksites actief zijn. Met die activiteiten vormen ze een zware belasting van de beschikbare bandbreedte, wat ten koste gaat van andere zakelijke applicaties. Vorig jaar, toen de Amerikaanse regering open toegang toestond tot sociale netwerken, nam het verkeer over het internet toe met 25%. Alleen al video (denk aan alle filmpjes die je deelt met je vrienden en die je ophaalt van Facebook of Twitter) kan menig netwerk overbelasten. Een enkele video-stream verbruikt gewoonlijk tussen 500k en 1,2 Mbps (en dan hebben we het nog niet eens over HD, wat tussen de 4 en 7 Mbps opsloort), en als tientallen of zelfs honderden mensen tegelijkertijd video's bekijken, is het logisch dat de algehele prestaties achteruit gaan.

4. Productiviteitsverlies: Sociale netwerksites worden online bestemmingen waar je boodschappen kunt posten en lezen, afspraken kunt maken, kunt winkelen, video's kunt up- of downloaden, en kunt gamen. Dat maakt ze in toenemende mate gemakkelijk en aantrekkelijk voor gebruikers, en verleidt hen om steeds meer tijd op die sites door te brengen. Van de andere kant vormen ze een steeds grotere uitdaging voor de organisatie om het gebruik ervan in te toemen. Als er geen beperking op wordt aangebracht, kan de tijd die de medewerkers doorbrengen op de sociale netwerksites de productiviteit nadelig beïnvloeden. Ze spelen dan liever online games dan dat ze werken.

Vereisten

Hoewel je beseft dat je het gebruik van de sociale media wel moet toestaan om te blijven concurreren en te kunnen groeien in de mondiale economie van vandaag, hoef je je onderneming nou ook weer niet bloot te stellen aan onnodige risico's. Er zijn manieren om je te beschermen tegen de risico's (of ze in ieder geval een stuk minder gevaar-

'Om de organisatie te beschermen tegen gegevensverlies en te voldoen aan branche-specifieke verordeningen, moet je in staat zijn de handelingen te beheren die jouw medewerkers kunnen verrichten op de diverse sociale netwerksites'

lijk te maken) die het sociale netwerken biedt. Je oplossing moet met name bevatten:

- **een real-time web verdediging:** het sociale netwerken verandert constant, en de tactieken die aanvallers gebruiken om er misbruik van te maken, veranderen mee. Als gevolg daarvan moet jouw oplossing het internetverkeer als het ware 'rennend' analyseren om bedreigingen te identificeren die zich daarop zouden kunnen bevinden. Real-time analyse van dynamisch veranderende links levert een acute risico-waarschuwing op waardoor tijdig beschermende maatregelen kunnen worden getroffen om de sociale media veilig te houden. Dus als je een melding krijgt als 'hé, kijk hier eens naar!', kun je daar ofwel op ingaan, dan wel dit wegklikken, afhankelijk van het potentiële risico dat dit oplevert.

- **selectief sociale netwerk beheer:** om de organisatie te beschermen tegen gegevensverlies en te voldoen aan branche-specifieke verordeningen, moet je in staat zijn de handelingen te beheren die jouw medewerkers kunnen verrichten op de diverse sociale netwerksites. Zo kun je bijvoorbeeld willen verhinderen dat medewerkers bijlagen, foto's of video's uploaden naar sociale netwerksites. Daarmee voorkom je risico's of ongewenst gegevensverlies en reputatieschade. Het gaat erom dat je tot in detail controle hebt over wat de medewerkers op de sociale media kunnen doen. Dit vereist een oplossing die niet alleen kijkt waar het initiële verkeer vandaan komt (bijvoorbeeld Facebook, YouTube, enzovoort) maar ook monitort wat er binnen die applicatie wordt gedaan (e-mail, het posten van boodschappen, het downloaden van bijlagen).

- **caching:** je kunt niet toestaan dat de sociale media je netwerk overbelasten en de

werking van zakelijke applicaties nadelig beïnvloeden. Maar omdat sociale netwerken steeds meer een integraal onderdeel gaan uitmaken van de zakelijke processen, kun je ze niet zomaar blokkeren. Wat je wel kunt doen is elke potentiële degradatie van de prestaties ondervangen met caching. Daarmee kun je lokaal gegevens en videobestanden opslaan na een initiële download, en deze beschikbaar maken voor gebruikers die deze dan willen inzien. Op deze manier kun je de toegang tot sociale netwerken gewoon toestaan zonder dat de prestaties van ander verkeer op het netwerk daardoor worden aangetast.

- **flexibel beleid:** om de productiviteit te beheren, moet je in staat zijn een acceptabel gebruiksbeleid te hanteren voor wat betreft de sociale media. Je kunt er bijvoorbeeld voor kiezen om de toegang tot online games tijdens kantooruren te blokkeren; maar je kunt het ook toestaan en het een lagere prioriteit op het netwerk te geven zodat het geen nadelige invloed heeft op de zakelijke applicaties. Met een flexibel beleid kun je de activiteiten die je wel of niet toestaat, een prioriteit geven en tijden bepalen wanneer toegang wel toegestaan is. De mogelijkheid om te onderscheiden tussen sociale netwerksites en specifieke applicaties of content binnen die sites is van cruciaal belang voor het formuleren van een acceptabel gebruiksbeleid. Dus als je ervoor kiest om games te blokkeren, kun je zowel standalone games als games binnen sociale media-sites blokkeren. ■



Auteur: Pierre Buijsman,
Senior System Engineer
bij Blue Coat
(www.bluecoat.com)



Zijn uw klanten tevreden?

Het leveren van een product of dienst behoort tot de core business van veel bedrijven. Met een klanttevredenheidsonderzoek kunt u achterhalen hoe uw klanten de omgang met uw bedrijf ervaren en of er verbeterpunten aanwezig zijn. Onderstaande tips kunnen u helpen om zelf een goed onderzoek op te stellen en uit te voeren.

Bedenk als eerste waarom u precies een klanttevredenheidsonderzoek wilt houden. Wilt u zoveel mogelijk klanten behouden of juist een beter inzicht creëren in de verkoopkansen bij uw huidige klantenportefeuille? Nadat de motivatie voor het onderzoek is vastgesteld, moet u het meetmoment gaan bepalen. De tevredenheid kan het beste kort op het contactmoment van uw klanten worden gemeten, bij voorkeur binnen een week, maar uiterlijk binnen een maand. Als het om een vast klantenbestand gaat waar u veelvuldig contact mee heeft, kunt u zelf een moment uitkiezen.

Daarnaast is de frequentie van het onderzoek belangrijk. Deze is afhankelijk van uw organisatie, klantenbestand en de doelstelling. Het is verstandig om minimaal één keer per jaar de balans op te maken en aan de hand van de resultaten samen met uw medewerkers (nieuwe) doelen vast te stellen. Bedenk daarbij ook welke klanten u wilt benaderen. U kunt kiezen voor uw gehele klantenbestand, bijvoorbeeld wanneer u maar enkele tientallen klanten heeft. Veel organisaties hebben echter een heterogeen klantenbestand. Elke groep klanten (denk aan key accounts, kleine klanten, eenmalige klanten) kan apart worden benaderd. U kunt ook per bedrijfsproces het een en ander onderzoeken of een steekproef houden. Laatstgenoemde methode is weer afhankelijk van de grootte van het klantenbestand en de doelstelling van het onderzoek.

Kwaliteit of kwantiteit?

Bij een onderzoek kunt u kiezen uit een kwantitatieve of kwalitatieve benadering. Bij eerstgenoemde methode wilt u weten hoe goed uw klanten uw product of dienst ervaren. Bij een kwalitatieve benadering komt u meer te weten over de behoeftes en verwachtingen van uw klanten. De kwantitatieve methode kan door middel van een digitale of schriftelijke vragenlijst worden uitgevoerd. Een kwalitatieve benadering geschiedt door middel van een face-to-face of telefonisch interview. Voordeel hiervan is het persoonlijke karakter. Deze benadering is dan ook vooral geschikt bij kleinere groepen klanten of bij uw belangrijkste klanten.

De vragen

De belangrijkste onderwerpen in het onderzoek bepaalt u aan de hand van uw eigen doelstellingen en het belang van iedereen die bij het onderzoek betrokken is. Dit zijn natuurlijk uw klanten, maar ook uw medewerkers die met de resultaten aan de slag moeten. Daarbij kunt u gebruik maken van relevante vragen uit eerdere onderzoeken. De Nationale Tevredenheidsindex kent daarnaast verschillende hoofdonderwerpen en een grote set vragen die u kunt selecteren op relevantie voor uw markt en organisatie. Loyaliteitsvragen, imagostatements en vragen over de concurrent zijn ook een optie. Maak daarbij (spaarzaam) gebruik van open vragen voor extra informatie bij bepaalde items. Let er bij de formulering van de vragen wel op dat deze positief, negatief of neutraal zijn.

Vermijd het combineren van diverse vormen. In het geval van een grote organisatie met meerdere klantgroepen en dus ook meerdere vragenlijsten, is het handig om elke vragenlijst een specifieke code te geven. Dit maakt het uitsplitsen van resultaten eenvoudiger.

Voor het beantwoorden van de vragen kunt u een antwoordschaal gebruiken. Klanten kunnen dan bijvoorbeeld kiezen uit een cijfer van 1 tot en met 10. Alternatieven zijn de vierpuntschaal en de vijfpuntschaal. Laatstgenoemde schaal heeft als voordeel dat deze ook in de wetenschap veelvuldig wordt toegepast. U kunt uw resultaten eenvoudig vergelijken met het landelijke gemiddelde en andere onderzoeken. Bij het samenstellen van de lijst is het raadzaam om te letten op de totale lengte van de vragenlijst. Een beknopte lijst met een focus op de hoofdzaken is veel aantrekkelijker om in te vullen. Zorg er ook voor dat de vragenlijst er aantrekkelijk en professioneel uitziet, bijvoorbeeld door de kleuren en het logo van uw huisstijl te gebruiken. Zorg bij een face-to-face of telefonisch interview ervoor dat de gesprekspartner goed is voorbereid en dat deze een introductie op het onderzoek geeft.

Aankondiging

Door vooraf aan te kondigen waarom en wanneer u een onderzoek gaat houden, brengt u het onderzoek al een eerste keer onder de aandacht. Hoe meer communicatiemiddelen daarbij worden gebruikt om het onderzoek onder de aandacht te brengen, hoe beter. Denk daarbij aan de website, de wachtkamer, de nieuwsbrief, email, een persbericht, etc. Na een aankondiging volgt de uitnodiging om deel te nemen aan het onderzoek. Laat aan uw klanten in ieder geval weten wat ze van het onderzoek mogen verwachten en welke informatie zij uiteindelijk krijgen. Vermeld de startdatum, de tijdsduur van



het invullen, het doel, de deadline voor het invullen en opsturen en bij wie ze terecht kunnen voor eventuele vragen. Geef ook aan of het om een anonieme of niet-anonieme enquête gaat en waarom u daarvoor heeft gekozen. Bedank ook alvast uw klanten voor de medewerking.

Bij een kwantitatieve benadering kunt u de uitnodiging per post of per email sturen. Zorg bij een vragenlijst op papier voor een retourenvelop. Eventueel kan ook een informatiefolder over het bedrijf zelf worden meegestuurd. Bij een digitale vragenlijst kunt u per email tekst en uitleg bieden en de lijst via een link in de mail toegankelijk maken. Een andere optie is om de vragenlijst direct uit te reiken aan klanten, bijvoorbeeld als uw organisatie diensten aan de balie verleent.

Respons

Bij een digitale, telefonische of face-to-facebenadering komen de antwoorden vanzelf binnen. Een telefonische, schriftelijke of digitale herinnering aan klanten die de vragenlijst na een bepaalde datum nog niet

hebben ingevuld, helpt om de respons te verhogen. Ook het verloten van een prijs wil nog wel eens helpen. Houd voor een per post verstuurd vragenlijst een responstijd van twee weken aan. Voor een digitaal verstuurd lijst krijgt de klant een aantal dagen tot een week. Bij de kwalitatieve methode ontvangt uw klant de vragenlijst persoonlijk. Hoe lang het duurt tot alle klanten zijn gebeld of live geïnterviewd, hangt af van de planning van uw medewerkers.

Rapportage

Het handmatig verwerken van de ingevulde vragenlijst kost veel tijd, terwijl gegevens in een digitale vragenlijst automatisch worden verwerkt. De antwoorden op open vragen kunnen het beste zelf van spelfouten en schuttingstaal worden ontdaan. Beperk u voor de rapportage zelf tot de hoofdlijnen om een paginalang rapport te voorkomen. Antwoorden op open vragen kunnen het beste in een beperkt aantal categorieën worden opgenomen. Zorg ook voor een prioriteitsstelling van wat volgens

de klanten als eerste moet worden aangepakt. Wanneer de resultaten naar meerdere afdelingen en lagen binnen het bedrijf moet worden gestuurd, kunt u het beste één algemene rapportage maken die per afdeling verder wordt uitgewerkt naar een kort overzicht of juist een operationele, gedetailleerde rapportage met verbeterpunten. Het is ook zeker nuttig om de resultaten uit het onderzoek te spiegelen aan de benchmarkgegevens van de Nationale Tevredenheidsindex. Indien u een aantal vragen of het gehele onderzoek al een keer eerder heeft uitgevoerd, is het interessant om de resultaten naast elkaar te leggen om te kijken of u op bepaalde gebieden beter scoort. Ten slotte is het aan uw medewerkers en uzelf om de resultaten te bespreken en de motivatie van het onderzoek om te zetten in concrete doelen. ■

Bron: Marc Sijstra, 'Checklist voor het opzetten van een succesvol tevredenheidsonderzoek onder uw klanten.'
Op te vragen via www.effectory.nl

De Stelling

Louis Diepeveen,
PXL Communicatie BV

Waarom is het belangrijk om een kernboodschap te formuleren?

Hoe meer je vertelt, hoe minder er blijft hangen. Het formuleren van een kernboodschap of zoals wij dat noemen, een merkbeloofte, is dus belangrijk om duidelijk over te komen en de piketpaaltjes voor communicatie uit te zetten. Wat belooft je aan je klanten? Waar sta je wel en niet voor? Het formuleren van een merkbeloofte dwingt je

om keuzes te maken. Voorziet jouw belofte in een concrete behoefte? Beloof je iets anders dan je concurrenten? Dan ben je op de goede weg. Maar een houdbare merkbeloofte valt of staat vooral met authenticiteit. Een merkbeloofte hoeft je niet te verzinnen. Die is er al. Kijk eens naar je eigen drijfveren, de overtuigingen van je medewerkers of dat ene idee waaruit het bedrijf ooit is ontstaan. Met een authentieke merkbeloofte op zak kun je een sterk merk bouwen. Door altijd en overal dezelfde boodschap uit te dragen. Door constant

daar te zijn waar je doelgroep is. Maar ook door alles wat elke medewerker zegt, doet en maakt in overeenstemming te laten zijn met je merkbeloofte. Een kernboodschap is dus een weerspiegeling van de ziel van je bedrijf. En die zit in mensen, niet in brochures.

Louis Diepeveen - PXL Communicatie BV
Wiltonstraat 22b - 3905 KW Veenendaal



STERK VERHAAL.

Peter Pors,
Pors|de Ridder PR

Naamsbekendheid zorgt voor verkoop van producten en diensten

Een slager waarvan niemand weet waar zijn winkel is, verkoopt geen vlees. Als de mensen in het dorp dit wel weten, verkoopt het een stuk makkelijker. Nog meer omzet is gegarandeerd als de slager bekendstaat om zijn malse vlees uit eigen slachterij tegen een aantrekkelijke prijs. Zo simpel is het principe van naamsbekendheid. Wat is voor uw organisatie de belangrijkste meerwaarde? Uw locatie, uw product, uw prijs? Als ondernemer en communicatieadviseur probeer ik situaties te versimpelen en scherp te krijgen waar uw kansen liggen. Onbekend maakt immers onbemind. Waar staat uw organisatie om bekend? Laat de mensen in het dorp praten over uw winkel. Maak uw klanten

ambassadeurs van uw kantoor. Dat kan alleen als er iets is dat u onderscheidt. Ga er eens een weekend tussenuit en bepaal voor uzelf waarom uw bedrijf aantrekkelijk is. Liefst natuurlijk een argument dat de concurrent niet heeft. Een duidelijke positionering in de markt, zodat u graast op een groen stuk gras. Vaak op afstand van de kudde concurrenten. Als u dit waarmaakt, bent u vaak belangrijker voor de klant dan u zelf denkt. U bent exclusief vanwege uw unieke product, uw scherpe prijs of gewoon de perfecte klik met de klant. Verkopen van uw uren of producten wordt dan iedere dag genieten!

Pors|de Ridder PR - Copernicuslaan 35 EDE
0318 - 438 487 - www.porsderidder.nl
twitter.com/porsderidder

Pors|de Ridder
communicatie & public relations



Helen van den Oever, Case Communicatie

Onbekend maakt onbemind?

Laten we het eens omdraaien: bekend maakt in ieder geval niet altijd bemind. Dat hoeft overigens de resultaten niet perse in de weg te staan, getuige de reclame van Zalando. Het spotje met de schreeuwende nudisten is verkozen tot meest irritante reclame van 2011. Het marktaandeel van Zalando stijgt echter nog steeds. Dus wat is wijsheid... Feit is dat je niet snel gevonden wordt als je niet bekend bent. Feit is ook dat je het imago van je organisatie positief kunt beïnvloeden door 'aanwezig' te zijn in diverse media. Iedere Nederlander wordt echter dagelijks geconfronteerd met zo'n 2000 reclame-uitingen. Daarom zijn creativiteit

en het onderscheidend vermogen van de communicatie nu belangrijker dan ooit. Wordt er nog wel naar jou geluisterd? Belangrijk is in ieder geval dat je er goed over nadenkt waar, waarmee en hoe je bekend wilt zijn of staan en hoe je dat kunt realiseren. Wees transparant en zorg voor een authentiek verhaal met een uitstraling die daarbij past. Wees zorgvuldig bij het selecteren van de juiste media. Zomaar gaan 'zenden' zet daarbij vaak geen zoden aan de dijk. Onbekend maakt onbemind, maar bezint eer ge begint!

Case Communicatie
Stationsweg 73
6711 PL Ede
www.casecommunicatie.nl



Corné Eshuis, Markinno

De juiste timing, het juiste verhaal overbrengen

U kent ze wel: businessclubs waar u 10 seconden krijgt om uzelf voor te stellen. Dat anderen dit kunnen: natuurlijk. Maar voor u is dit erg moeilijk, u bent namelijk ongelofelijk divers en heeft een erg boeiende business. Het probleem is, dat een lang verhaal praktisch direct wordt vergeten, omdat men het irritant vindt dat u zo aan het uitweiden bent. Kort en krachtig formuleren: zakelijk en sociaal een must. De belangrijkste tips zijn: bereid u voor en wees spontaan. De eerste tip is: voorbereiden. Dit kan dmv oneliners die vooral de toehoorders triggeren om u tijdens de pauze aan te schieten. Een oneliner moet de doelgroep dan wel aanspreken, dus onderzoek van tevoren

wie uw toehoorders zijn!

De tweede tip is: wees spontaan door goed te luisteren.

U bent niet de eerste die opstaat en zichzelf voorstelt, er zijn al 10 personen voor u geweest.

U heeft geluisterd wat deze mensen doen, er is nu vast wel een aanknopingspunt.

Werp uw oneliner in de strijd, die gaat over uw bedrijf in het algemeen.

Vervolgens voegt u enkele korte voorbeelden toe die aansluiten op de branche van enkele toehoorders.

Zo is Markinno een reclamebureau wat enkel de leukste projecten doet, op een onderscheidende manier. Zo werken wij o.a. voor een juwelier en de grootste makelaars van Ede, maar ook voor een landelijke hotelketen met meer dan 80 hotels. We merken dat we onze klanten telkens kunnen verrassen bij het bouwen van een website, het ontwerpen van een huisstijl of het ontwikkelen van een app of online software! Doordat we een klein



bureau zijn, knokken we voor elke klant en houden we onze prijzen scherp.....dat zult u merken tijdens onze kennismaking!

Corné Eshuis – Markinno Marketing Innovations, Klinkenbergerweg 30 Ede
www.markinno.nl

De Werelt, Lunteren T (0318) 48 46 41
15 zalen (tot 600 personen) • 127 hotelkamers

Dennenheul, Ermelo T (0341) 56 86 00
3 zalen (tot 90 personen) • 32 hotelkamers

Goed voor elkaar

Congrescentrum.com
50 jaar
De Werelt
DE WERELT
DENNENHEUL



Graag ontvangen wij u in Lunteren en/of Ermelo. En of u nu met 2 of met 600 personen bijeen wilt komen, wij hebben de geschikte accommodaties. De Werelt en Dennenheul; centraal in het land, goed bereikbaar en gratis parkeerruimte.

Dark & Light heet vanaf nu **LIGHT FOR THE WORLD**

● Nieuwe naam ● Groter bereik ● Zelfde bewogenheid

Meer informatie?
www.lightfortheworld.nl

GIRO 131
Veenendaal



gratis advertentie

voor bestrijding van vermijdbare blindheid
en inclusie van mensen met een handicap



Voorheen Stichting Dark & Light



ORANJE SPECIAL



Natuurlijk bijzonder

Als eerste zal de Koninklijke familie op 30 april de gemeente Rhenen bezoeken. De historische stad wil laten zien dat er qua toerisme en recreatie veel te beleven valt. Burgemeester Joost van Oostrum wil de Oranjes en het Nederlandse publiek laten zien wat zijn stad zo 'natuurlijk bijzonder' maakt.

Rhenen is een historische stad met al meer dan 750 jaar stadsrechten. Daarmee is het een van de oudste steden in de provincie Utrecht. Toch kent het grote publiek de naam alleen vanwege Ouwehands Dierenpark, de grootste publiekstrekker. Van Oostrum wil daar verandering in brengen: "Het klinkt misschien vreemd, maar voor ons inwoners van Rhenen is de schoonheid van onze stad heel gewoon geworden. Juist nu we bezig zijn met de voorbereidingen van Koninginnedag komen we er weer eens achter hoe bijzonder onze gemeente is. We kijken even door de ogen van buitenstaanders en zien dat wij veel meer te bieden hebben aan bezoekers."

De koningin beslist zelf welke gemeentes ze wil bezoeken. Als de keuze eenmaal is gemaakt, wordt de betreffende gemeentes gevraagd of ze de Koninklijke familie willen ontvangen. "Daar denk je geen moment over na, het is zo'n eer en zo uniek om de koningin en familie hier door je eigen stad te ontmoeten. Je doet er de hele gemeenschap een plezier mee en het geeft een energieboost. Het enthousiasme is groot en iedereen is bereid zijn medewerking te geven. Het maakt de gemeenschap sterker, daar ben ik van overtuigd."

De gemeente werkt samen met de VVV om de route die de koningin loopt als



wandelroute uit te zetten. "We kijken naar de mogelijkheden om arrangementen aan te bieden aan toeristen. We liggen aan de Rijn en rederijen kunnen hier aanleggen, dat gebeurt al wel, maar dat kan vaker. Vanaf de kade sta je direct in het historische stadscentrum. Ik denk dat we Rhenen nog meer toeristisch op de kaart kunnen zetten."

Bezoekers

De dag zelf zal veel bezoekers trekken. Om alles vlot te laten verlopen, wordt

achter de schermen hard gewerkt. Van Oostrum: "We weten niet precies hoeveel mensen ons zullen bezoeken, maar de schattingen lopen uiteen van twintigduizend tot veertigduizend. Het gaat een groot en gezellig feest worden maar ik wil bij deze de bezoekers oproepen om vooral met het openbaar vervoer te komen of de fiets te pakken. De binnenstad is afgesloten dus heeft het weinig zin om met de auto te komen." ■

Vorstin naar Veenendaal

Dit jaar staat de gemeente Veenendaal extra in het zonnetje. Op 30 april komt de Koninklijke familie op bezoek om er Koninginnedag te vieren. Burge-meester Elzenga wil deze gelegenheid gebruiken om Veenendaal aan heel Nederland voor te stellen.

De komst van de Koningin en aanhang is een groots evenement en voor een gemeente een grote gebeurtenis. "We zijn natuurlijk vereerd dat we de viering van Koninginnedag samen met de gemeente Rhenen mogen organiseren. We willen er iets moois van maken en ons voorstellen aan de familie en aan heel Nederland", zegt Elzenga verheugd.

Sinds in oktober bekend werd gemaakt dat de beide gemeenten de organisatie in handen kregen, is het enthousiasme in de heel Veenendaal merkbaar. Bedrijven worden bij de organisatie betrokken en dragen graag hun steentje bij om het feest uitbundig te vieren. "We vragen medewerking en zien graag dat ze meedenken om de sterke kanten van onze gemeente te laten zien."

Kijkers

De organisatie vergt een nauwe samenwerking met de buurgemeente Rhenen. Volgens Elzenga verloopt dat naar grote tevredenheid. "We werken samen waar het kan. Maar natuurlijk willen we apart van elkaar onze sterke kanten benadrukken. We hebben ieder een eigen karakter en dat kan prima naast elkaar staan op die dag. We hebben ieder eigen thema's die we naar voren willen brengen." De kans om je als gemeente te laten zien op televisie aan zo'n twee miljoen kijkers, biedt promotionele kansen die Elzenga niet onbenut wil laten. "We hebben een mooie gemeente met enthousiaste inwoners, veel bedrijvigheid en groeimogelijkheden. Het is allemaal op de televisie te volgen, maar het is vooral de kunst om ervoor te zorgen dat we die promotie ook kunnen vasthouden." Achter de schermen wordt hard gewerkt om ook de communicatie naar buiten toe goed te laten verlopen. Welke plannen er zijn en hoe de hele dag er uit gaat zien, kan Elzenga nog niet zeggen. "We zijn begin dit jaar begonnen met onze werkzaamheden en zullen het programma rond 1 april naar buiten brengen. Zo werken we naar 30 april toe en zullen daarna nog lang kunnen nagenieten van het schitterende feest." ■



Koninginnedag 2012

Biertje

Bart van den Bosch
Van den Bosch Lederwaren

"Het is heel positief voor de gemeente Veenendaal en ik krijg als voorzitter van de ondernemersvereniging Passage Corridor ook leuke reacties van de winkeliers. We staan als winkelstad in de regio al op de kaart, maar dat krijgt nu landelijke aandacht. Veenendaal heeft veel winkels en een divers aanbod, maar toch niet de drukte van een grote stad en dat waarderen de bezoekers. Ik denk dat we dat nu goed in beeld kunnen brengen en zeker in de periode na Koninginnedag zal het meer bezoekers trekken. Ik denk dat het dan aan onszelf is om dat vast te houden, maar zo'n uitzending is een goed begin om nieuwe gezichten te verwelkomen."



Raymond van Leeuwen
Café Restaurant Cunera

"Koninginnedag is voor Rhenen een geweldige promotie. Wij zitten hier natuurlijk op een hele goede locatie. Alle bezoekers komen hier langs daarom zullen wij onze deuren bij aankomst van de eerste trein al openen. Het zal druk worden, maar zeker heel gezellig. We hebben verschillende verkooppunten geregeld om daarmee al onze gasten van onze gastvrijheid te laten genieten. Het zal ook zeker in de toekomst meer bezoekers naar de stad trekken zo kunnen we laten zien dat Rhenen voor toeristen een erg leuke plaats is. Het geeft een positieve boost die we met z'n allen goed kunnen gebruiken in deze tijd."

De komst van de koningin in Rhenen en Veenendaal brengt het oranjegevoel extra naar boven. Voor horeca en winkeliers is het een uitgelezen kans om zichzelf in het zonnetje te zetten. Een rondje door de winkelstraten liet zien hoezeer Koninginnedag 2012 leeft.



Anita van Toor
Van Toor brasserie bakkerij

"Wij hebben op 31 januari, de verjaardag van de koningin al de aftrap naar het feest gehad. We hebben iedere week een speciale Koninklijke lekkernij voor onze klanten. Ik ben voorzitter van Rhenen Shopping en samen willen we onze binnenstad promoten met leuke acties. We zijn heel blij met de komst van de koningin en we zullen haar en Nederland laten zien wat Rhenen te bieden heeft. We pakken het met de gemeenschap op en zullen deze impuls ook in de toekomst zeker vasthouden. We willen onze stad op de kaart zetten en daar gaan we dan ook helemaal voor."

André Makkenze
Jac Hensen

"Toen we het nieuws hoorden was het gelijk WOW! Er komen natuurlijk veel mensen op die dag, maar ik betwijfel of ze dan wel gaan shoppen, maar het is een mooie gelegenheid om Veenendaal te laten zien. Ik denk dat het een impuls is voor de binnenstad en dat er ook na de dag zelf meer mensen hiernaartoe zullen komen. We hebben een mooi centrum en dit is een kans die we moeten grijpen, we krijgen nu de aandacht dus wil iedereen er het effect van plukken. We staan even in de picture en ik vind dat we daar iets heel moois van kunnen maken."



Erwin Storm
Café Restaurant de koning van Denemarken

"Ik zit in het Oranjecomité en ben normaal al heel druk met Koninginnedag en we pakken altijd behoorlijk uit voor deze dag. Nu gaan we er helemaal tegenaan en benutten alle mogelijkheden om activiteiten op te zetten. Voor ons biedt het bezoek promotiekansen waar de hele gemeente ook in de toekomst veel profijt van heeft. Het is heel bijzonder om te zien hoe het oranjegevoel bij iedereen leeft en dat er zulke leuke en ludieke initiatieven worden genomen. Het is een unieke gelegenheid die echt maar één keer in je leven voorbijkomt. We gaan er zeker de vruchten van plukken."



VAN HARTE WELKOM KONINGIN BEATRIX EN FAMILIE

Namens ABN AMRO Rhenen en Veenendaal

DE BANK ANNO NU  ABN-AMRO



De kroon op uw werk!

Als 'Uw geheel eigen kantoor' willen wij graag een verlengstuk van uw organisatie zijn. Persoonlijk contact en een plezierige sfeer staan daarbij voorop. Zodat u een goed gevoel heeft bij onze samenwerking en weet dat onze adviezen direct, persoonlijk, op maat en dus geheel eigen zijn. Zo maken wij ondernemen succesvol. Neem gerust eens contact met ons op voor een vrijblijvend gesprek.



MEEUWSEN TEN HOOPEN
REGISTERACCOUNTANTS / BELASTINGADVISEURS
www.mth.nl

UW GEHEEL EIGEN KANTOOR

Wiltonstraat 30, 3905 KW Veenendaal T: (0318) 525 677 E: veenendaal@mth.nl

Almere | Amersfoort | Assen | Baarn | Bussum | Emmeloord | Epe | Heerde | Hilversum
Lelystad | Meppel | Putten | Steenwijk | Veenendaal | Zeist

CAMERA-OBSERVATIESYSTEMEN

TOEGANGSCONTROLE

INBRAAKDETECTIE

BRANDDETECTIE

TELECOM & ICT

SERVICES

**VAN DER PERK
BEVEILIGINGSTECHNIEK**

BEDRIJVENTERREIN "DE BATTERIJEN"
KAZEMAT 14, 3905 NR VEENENDAAL

TEL. 0318-508 352

FAX 0318-508 952

www.vdpb.nl | info@vdpb.nl



Postbus 305
3900 AH Veenendaal
t (0318) 56 39 00
f (0318) 56 39 01
info@iw4.nl
www.iw4.nl

**Een kleurrijke
zakenpartner voor:**

- / plaatsing van vakmensen
- / groenonderhoud
- / schoonmaak
- / verpakking en montage
- / metaalbewerking

HELPT U ELIAS NAAR SCHOOL?



"Deel ook schoolspullen
uit op [www.heel
nederlanddeeltuit.nl](http://www.heelnederlanddeeltuit.nl)!"

Antonie Kamerling



edukans

gratis advertentie

HEEL NEDERLAND DEELT UIT.NL

De opkomst van Koninginnedag



Nederlanders vieren Koninginnedag jaarlijks uitbundig. Het is een nationale feestdag waarop de meeste mensen vrij zijn. In de huidige vorm bestaat de dag sinds 1980 toen koningin Beatrix de troon besteeg en haar moeder Juliana wilde eren.

Al eeuwen vieren de Nederlanders de verjaardag van de vorst. Toch was Waterloodag, op 18 juni, de officiële nationale feestdag. Tegen het einde van de negentiende eeuw vervaagde de herinnering aan de slag bij Waterloo en raakte de viering van de verjaardag van de vorst meer in zwang.

Voordat we echt spreken van Koninginnedag, werd op 31 augustus 1885 de eerste Prinsessedag georganiseerd ter ere van de vijfjarige prinses Wilhelmina. Na de dood van koning Willem III in 1890 werd de dag officieel Koninginnedag. De dag ontwikkelde zich in eerste instantie tot een feest voor kinderen. Tot en met 1948 werd Koninginnedag op 31 augustus gevierd.

Defilé

De datum 30 april werd als feestdag aangemerkt toen koningin Juliana haar moeder opvolgde. Vanaf 1949 kreeg de koningin op

haar verjaardag een bloemenhulde en een defilé in de tuin van Paleis Soestdijk. De Koninklijke familie ging toen nog niet het land in om het feest te vieren. De dag kreeg steeds meer betekenis onder de bevolking omdat men steeds vaker een vrije dag kreeg voor deze gelegenheid.

Koningin Beatrix aanvaardde op 30 april 1980 de troon en besloot deze dag in ere te houden als nationale feestdag. Naast het eerbetoon aan haar moeder, zaten er ook praktische afwegingen achter deze keuze; het weer. De verjaardag van Beatrix valt op 31 januari en die datum is niet geschikt voor een grootschalig buitenevenement. Op Koninginnedag gaat de Koninklijke familie het land in om de festiviteiten met de bevolking te vieren. Ze bezoeken meestal twee plaatsen, ieder jaar in een andere provincie. In het hele land wordt de dag gevierd en worden er talloze activiteiten en feesten georganiseerd. Grote publiekstrekker is natuurlijk Amsterdam met openluchtfesten en de beroemde vrijmarkt die jaarlijks zo'n half miljoen bezoekers trekken.

Koninginnenacht

Omdat Koninginnedag voor de meeste Nederlanders een vrije dag is, grijpen veel mensen de gelegenheid aan om de avond ervoor alvast te feesten. Deze nacht is inmiddels ook een traditie geworden en staat bekend als Koninginnenacht. ■

Uw financiën in vertrouwde handen
bij de Administratiebrigade

...zodat u vermogen heeft om te pieken!

Onze professionals bieden u de helpende hand bij uw boekhouding. Onze uitgangspunten zijn uw ideeën, doelstellingen en rendement.

www.administratiebrigade.nl



Word klant en win
een weekendje 'gezonde berglucht'

Ziet u als een berg op tegen het bijhouden van de administratie en houdt u zich liever bezig met ondernemen? Word dan nog dit jaar klant bij de Administratiebrigade en win een weekendje Ardennen!



Administratie  **brigade**

uw financiën in vertrouwde handen

REGISTER
BELASTING
ADVISEURS

Citadel 8 3905 NK Veenendaal T (0318) 69 43 60 F (0318) 52 59 78
info@administratiebrigade.nl www.administratiebrigade.nl

Betrokken &
doortastend

vhm |  abc

vhm | accountants & belastingadviseurs

vhm | consultants

vhm | overname adviseurs

vhm | audit

vhm | online®

www.vhmabc.nl

Wij gaan graag voor de kroon op ons werk.

BAM Techniek bv is een landelijk opererende multidisciplinaire technisch dienstverlener met ruim 1.500 medewerkers. Als toonaangevend kennisbedrijf ontwikkelt, ontwerpt, realiseert, beheert en exploiteert de onderneming technische installaties voor zowel utiliteitsbouw, industrie, infra als woningbouw.

Techniek zit stevig verankerd in ons DNA. Ontwikkelen, Realiseren en Beheren, daar zijn we goed in. Maar vooral: slimme oplossingen bedenken die uw werk gemakkelijker, efficiënter en winstgeverder maken. Wij luisteren naar uw wensen en bespreken alle mogelijke opties met u. Prettig, want zo weet u precies waar u aan toe bent.

BAM Techniek - Regio Midden
Industrielaan 34
3903 AD Veenendaal
Tel. (0318) 54 60 60
veenendaal@bamtechniek.nl



**Techniek,
onze tweede
natuur.**

 **bam**
techniek

Uw doelen en ambities centraal. Voor nu en later.

Rabobank Vallei en Rijn is de bank voor ondernemers. In welke fase uw onderneming zich ook bevindt. Onze lokale accountmanagers van de teams MKB en Grootzakelijk kennen de markt en bieden u toegang tot een uitgebreid netwerk van specialisten. Niet alleen in deze regio, maar ook wereldwijd. Onze stijl van werken is typisch Rabobank. Een bank die investeert in u én in de samenleving. Met als doel een stabiele langdurige relatie met u op te bouwen. Dat doen we overigens al ruim 100 jaar in deze regio. Zo kunt u uw doelen en ambities realiseren. Kortom, dat is bankieren op solide basis.



Ondernemers bankieren bij de Rabobank.
Op solide basis.

Rabobank. Een bank met ideeën.

DE NIEUWE BMW 3 SERIE



**EKRIS VEENENDAAL
UW BMW EN
MINI DEALER
IN DE REGIO!**

DE NIEUWE MINI ROADSTER



Ekris Veenendaal

Plesmanstraat 45 | 3905 KZ | Veenendaal | T. 0318 - 546 546

www.ekris.nl