



UTRECHT

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 31 | NUMMER 2 | MEI 2015

BUSINESS®

Ondernemer Ramon Beuk
(Evenementenlocatie De Glazen Ruimte)

**'Eten maakt
het verschil'**

Utrecht wereldwijd
in de spotlights

Peter Heshof: 'Trends
zijn geen toeval'

Oog voor de toekomst
in Nieuwegein



Frits Spangenberg:
'Alles draait om
wendbaarheid'

IS DIT STRAKS UW UITVALSBASIS?

Bedrijvenpark Het Klooster

- totaal 75 ha. aan uit te geven kavels van 1.000 tot 60.000 m²
- zeer geschikt voor transport-, logistiek-, en distributiebedrijven

Interesse?

klooster.nieuwegein.nl

of bel

030- 6071454

Nieuwegein



VOORWOORD



Het mooiste moet nog komen

Frits Spangenberg signaleert een ontwikkeling die grote impact heeft: in een ontwrichtende economie groeien jonge bedrijven razendsnel en kunnen talloze bestaande concerns slechts met veel moeite overleven. De huidige tijd stelt fundamenteel andere eisen aan managers en medewerkers. 'Of iemand in staat is om te vernieuwen, is zeker niet alleen een kwestie van leeftijd; het gaat vooral om attitude.' Wendbaarheid is een onmisbare eigenschap. 'Voor mensen, bedrijven en de BV Nederland.'

Om die wendbaarheid richting te geven is gelukkig geen glazen bol nodig. Voor iedereen die onzeker wordt door het hoge tempo van nieuwe ontwikkelingen, heeft Peter Heshof een geruststellende boodschap: 'Trends zijn geen toeval. Er bestaat een golfbeweging die wordt bepaald door de tijdgeest en het ritme ervan.' Heshof ontwikkelde een Tijdgeestkaart waarmee een cyclus getraceerd kan worden die zich ongeveer elke vijftig jaar herhaalt. 'De ontwikkeling die dit model aangeeft, is onmiskenbaar. Lastig voorspelbaar is echter het exacte moment waarop deze dominant wordt.'

Timing is cruciaal voor het optimaal kunnen inspelen op de tijdgeest. Het juiste moment en het juiste momentum voor Utrecht zijn nu aangebroken, weet Ronald Besemer. De ontwikkelingen in Leidsche Rijn, het stationsgebied en Utrecht Science Park zorgen voor een enorme schaa sprong. 'Dankzij deze dynamiek worden onze sterke punten uitvergroot.' En de schaa sprong leidt ook tot een mentaliteitssprong. 'De jarenlang sluimerende potentie komt eindelijk tot wasdom. Inwoners en ondernemers merken dat. Steeds meer mensen beseffen dat zij wonen en werken in een bijzondere stad die een unieke periode doormaakt. De komst van de Grand Départ versterkt dat gevoel. Het zet Utrecht wereldwijd in de schijnwerpers.'

Maar het besef dat de Tourstart geen doel op zich is, leeft bij velen. 'Het is een instrument, een katalysator die de economie van stad en regio van een langjarige impuls voorziet,' aldus Leo Hollman. De energie die door de Tour vrijkomt, werpt nu al vruchten af. Het leidde onder meer tot een gezamenlijk fonds om internationale kennisevenementen aan te trekken. 'Wij willen de huidige energie vasthouden en na de Tour omzetten in nieuwe initiatieven.' Deze collectieve Utrechtse ambitie maakt de voorpret in afwachting van 4 juli alleen maar groter. Want het mooiste moet nog komen, na de Grand Départ.

Hans Hajée



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 31
mei 2015, editie 2

Een uitgave van
MVM Business Productions
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505
Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl
Tel. redactie Utrecht (030) 251 2818

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Hans Hajée, Mart Rienstra

REDACTIEDEWERKERS
William ten Brink • Peter Camp • Paul de Gram • Stan Keyzer • Cees Louwers • Marco Remo • Jason van de Veltmaete onder Holten • Anka van Voorthuysen • Tony Vos • Bart van Wijnen

VORMGEVING
Jan-Willem Bouwman

DRUK
Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media BV
Joop Andringa (06) 53 85 40 37
Mirjam Buitendam (06) 13 05 42 02
Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN
Tel. (024) 373 85 05

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

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

www.utrechtbusiness.nl

BUSINESS NATIONAAL
Landelijk katern van de regionale zakenmagazines

Tel. (030) 251 28 18
www.business-nationaal.nl

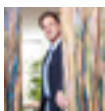
EINDREDACTIE Hans Hajée

REDACTIEDEWERKERS
William ten Brink, Arie Craanen,
Paul de Gram, Cees Louwers,
Mart Rienstra, Tony Vos

VORMGEVING
bpMedia + Design

- 6 Ondernemer Ramon Beuk: 'Eten maakt het verschil.'
- 10 Ronald Besemer over het momentum voor Utrecht
- 12 VNO-NCW bereikt veel voor Utrechtse ondernemers
- 14 Leo Hollman: 'Utrecht wil energie van de Tour vasthouden'
- 17 Ontmoetingen in een connected society
- 18 Tijdgeestkaart geeft houvast bij trends
- 20 Toplocaties in Midden-Nederland
- 22 Impuls voor duurzaamheid door Energiefonds Utrecht
- 24 Nieuwegein werkt aan visie voor 2025
- 27 BPU Nieuws
- 28 Wonen in plaats van werken
- 30 Beleef de Tour de France in Stadion Galgenwaard
- 31 Column Ilse Witte: Ontwerpbesluit overgangsrecht transitievergoeding
- 32 Op de huid van Remco Pouw
- 34 Peter Prins: 'In Utrecht gunnen we elkaar wat'

NATIONAAL



II 'Alles draait om wendbaarheid'

Frits Spangenberg over de disruptieve economie



IV Focus op flexwerkers

Ook tijdelijke werknemers binden en boeien



VI 'Ga je nu alweer een sigaretje roken?'

Lessen van beste werkgevers

- 35 Provincies en gemeenten: aan de slag met Retailagenda
- 36 Uit
- 39 Houd ongenode gasten buiten de deur
- 40 Culinaire: Diner, Amersfoort
- 42 Impressie Zakenautotestdag 2015
- 65 Netwerk vergroten met BOB
- 66 Mart Rienstra: Begin voor het te laat is

Bij het ondernemerschap van Ramon Beuk staat de beleving van eten en ontmoeten centraal. Ook in De Glazen Ruimte, de vergader- en evenementenlocatie waarmee hij binnenkort het tienjarig bestaan viert.



'Utrecht maakt een enorme schaa sprong door,' constateert Ronald Besemer, de nieuwe directeur van Toerisme Utrecht. 'Deze dynamiek zorgt ervoor dat onze sterke punten worden uitvergroot.'



Volgens HOST-voorzitter Leo Hollman geeft de energie die vrijkomt door de Grand Départ de regionale economie een langjarige impuls. 'De Tourstart is een middel, geen doel.'



Het Energiefonds Utrecht maakt een voortvarende start. Na anderhalf jaar is al dertig procent van het beschikbare kapitaal uitgezet. 'Ik ben positief verrast door het animo voor onze ondersteuning,' zegt fondsmanager Roy Ellenbroek.



Voor iedereen die onzeker wordt door het hoge tempo van nieuwe ontwikkelingen heeft Peter Heshof een geruststellende boodschap: 'Trends zijn geen toeval. Er is een golfbeweging die wordt bepaald door de tijdgeest en het ritme ervan.'



Als SUS A-directeur Remco Pouw niet voor het ondernemerschap gekozen had, was hij wellicht een zwerver geweest. 'Dan zou ik de opvolger zijn van Cochius, de bekende Utrechtse straatmuzikant met de dwarsfluit.'



De Zakenautotestdag 2015 van Utrecht Business gaat de boeken in als de 'winderige editie'. De grillen van Moeder Natuur deden geen afbreuk aan de dag zelf. Die was zeer geslaagd.



Voor de Nieuwegeinse economie breekt voorzichtig de zon door. Door succesvolle herbestemmingsprojecten daalt de kantorenleegstand substantieel en de belangstelling voor bedrijvenpark Het Klooster neemt toe.

Ondernemer Ramon Beuk

'Eten maakt het verschil'

Bij het ondernemerschap van Ramon Beuk staat de beleving van eten en ontmoeten centraal. Ook in De Glazen Ruimte, de vergader- en evenementenlocatie waarmee Beuk binnenkort het tienjarig bestaan viert. 'De rode draad is hier niet anders dan wat ik altijd, met alles wat ik doe voor ogen heb: mensen blij maken.'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE MARCEL KRIJGSMAN

Mensen kennen Ramon Beuk als kookboekenschrijver maar vooral als tv-kok. Koken op tv doet hij al jaren niet meer. 'Maar nog altijd worden oudere afleveringen van Born2Cook herhaald. Ik ben al lang niet meer de jongen die op de fiets springt, boodschappen doet op de markt en voor zijn vrienden kookt. Dat beeld is twaalf jaar oud en achterhaald.'

Culinaire kruisbestuiving

Wat Beuk wel is? Een veelzijdig ondernemer. En initiator van tal van projecten, zoals de bouw van een school in zijn geboorteland Suriname. 'Ook vlieg ik daar een aantal keer per jaar met Nederlandse Meesterkokken heen. Eerder onder meer met Onno Kokmeijer, Gerrit Greveling en Edwin Vinke; binnenkort met Erik van Loo. Zij maken kennis met de Surinaamse keuken. En ik daag ze uit om ter plekke een vijfgangendiner met uitsluitend ingrediënten uit Suriname samen te stellen. Fantastisch om te doen en het leidt tot een mooie culinaire kruisbestuiving. Dit zorgt er onder meer voor dat deze chefs Surinaamse ingrediënten in hun gerechten verwerken als ze weer terug zijn in Nederland. Daar geniet ik van.'

Al vijf jaar is Beuk actief voor supermarktketen Lidl. Als boegbeeld in hun reclamecampagnes én adviseur achter de schermen. 'Lidl

THWKND

Ramon Beuk is een onuitputtelijke bron van ideeën. 'Ik houd ervan om te verrassen, om nieuwe dingen te bedenken. Of het nu in Suriname is of hier, in De Glazen Ruimte.' Goed voorbeeld is het Restaurant VOOREENMAAND dat Beuk er in 2011 introduceerde. 'Gasten kregen de hele maand augustus een avondvullend culinair programma voorgeschoteld met wisselende thema's. Zij stonden niet alleen letterlijk met hun neus op de activiteiten in de keuken maar konden ook zelf meehelpen. Elke avond was er een culinaire of muzikale special guest.' Alle avonden waren volgeboekt, met lange wachtlijsten. Recent introduceerde Beuk het concept voor THWKND. 'Iedereen kan bij ons op vrijdag, zaterdag en zondag het weekendgevoel beleven. Met eten, drinken en dansen. Het gaat om pilot die tot begin juli loopt.' En daarna? 'Dan bedenk ik ongetwijfeld weer iets anders.'

is zeer succesvol; ze groeien als kool. Het is mooi om onderdeel uit te maken van deze dynamiek.'

Markant gebouw

Wat lang niet iedereen weet, is dat Ramon Beuk al tien jaar een eigen evenementenlocatie runt in Maarssen: De Glazen Ruimte. Een markant gebouw op een stevige steenworp afstand van de A2. 'De Glazen Ruimte is een locatie voor onder meer vergaderingen, seminars, productlanceringen en feesten. De begane grond bestaat uit twee samen te voegen zalen, die samen plek bieden voor

ruim 500 mensen. Desgewenst kan een deel afgescheiden worden waardoor de zaal intiemer wordt. Op de eerste verdieping bevinden zich acht vergaderruimtes. Beuk merkt dat deze combinatie in trek is. 'Steeds vaker zijn we gastheer van bijeenkomsten waarbij na een plenair programma vervolgsessies in kleinere groepen worden gehouden op de eerste verdieping.'

Levende showroom

Aan inspirerende voorbeelden van evenementen in De Glazen Ruimte is geen gebrek. 'Zo introduceerde een sportmerk hier een



nieuwe schoenenlijn. Daartoe werden verschillende typen sportvelden aangelegd; voetbal, basketbal et cetera. Een bekend elektronica bedrijf creëerde bij ons de werelden waarin hun producten worden gebruikt. Woonkamer, slaapkamer en zelfs een kapsalon. En wat dacht je van een levende showroom voor een Brits automerk? Hierbij serveerden wij gerechten waarbij het karakter van de modellen in smaken was vertaald.'

Ervaring die blijft

Daarbij is Beuk aanbeland bij de rode draad, de onderscheidende filosofie van zijn bedrijf. 'Eten speelt een cruciale rol bij de beleving van een bijeenkomst. Hoe interessant een gast spreker ook is, hoe perfect beeld en geluid ook zijn, als de catering slecht is, onthouden gasten vooral dat. Andersom geldt het evengoed; slaag je erin om mensen culinair echt te verrassen, hun verwachtingen te overtreffen dan zorgt dat voor een ervaring die blijft. En die de boodschap van een evenement versterkt. Dat is precies wat wij hier willen realiseren.' Niet iedereen is zich bewust van de invloed die eten kan hebben. 'Catering is nog af en toe het ondergeschoven kindje van een evenement. Ten onrechte.'

Grote glimlach

De culinaire beleving in De Glazen Ruimte heeft vele gezichten; van een voedzaam ontbijt als kick-off van de dag tot een verrassende borrelhap. 'Ons doel is om maatwerk te creëren. Welke culinaire invulling ook gekozen wordt, kwaliteit is altijd het uitgangspunt. Het kan gaan om luxe ingrediënten en gerechten op sterrenniveau maar ook om een hamburger met friet. We streven er vervolgens natuurlijk wel naar de allerbeste hamburger te maken die mensen ooit geproefd hebben. Waardoor iedereen met een grote

glimlach op het gezicht rondloopt. Dan is onze missie geslaagd.'

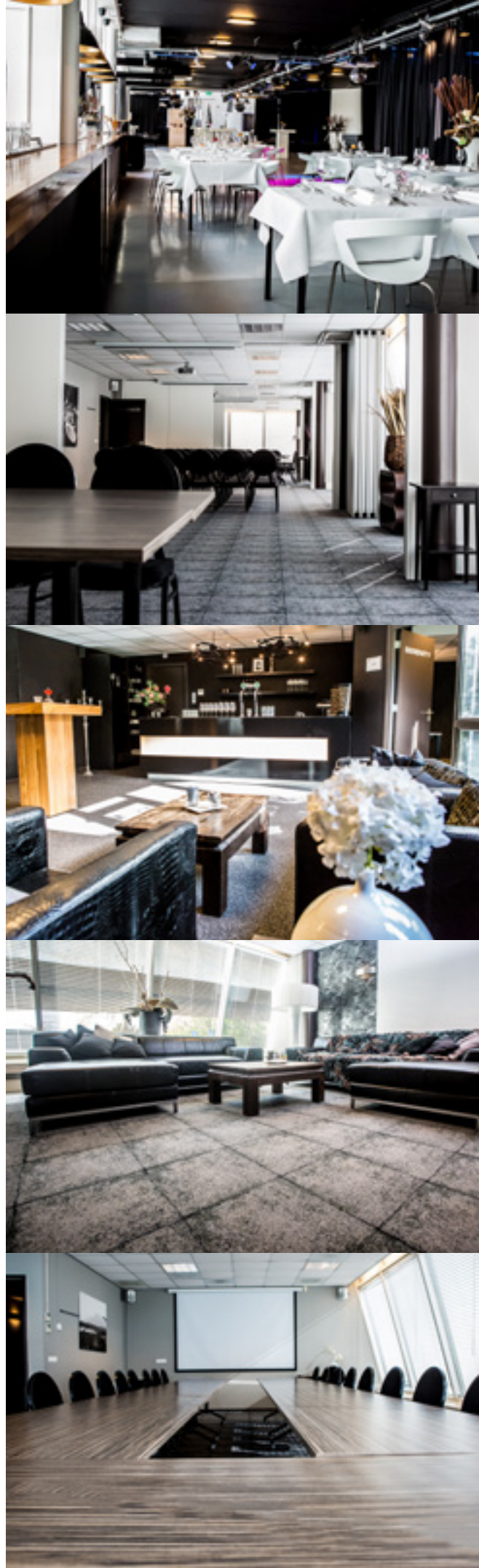
De impact van eten gaat verder dan ingrediënten. 'Het maakt niet uit of je eenvoudige of exclusieve producten gebruikt, het doel is altijd om er op maat gesneden, bijzondere gerechten van te maken. We stemmen de bereidingstechnieken en de ingrediëntenkeuze af op de doelstellingen van een bijeenkomst.'

Ingespeeld team

Beuk beschikt in De Glazen Ruimte op elke afdeling over een ingespeeld team dat aan een half woord genoeg heeft. 'Neem bijvoorbeeld mijn koks, met wie ik al jarenlang samenwerk. We sparren veel, bespreken ideeën en producten. Zij weten precies hoe ik wil koken. Hierdoor krijg ik de ruimte om mij intensief bezig te houden met andere vlakken zoals de totale conceptontwikkeling van evenementen voor onze klanten. Daarbij is het voor mijn projectteam zaak om de juiste vragen te stellen en vooral goed te luisteren. Dat stelt ons in staat om de wensen van de klant en diens gasten optimaal te vertalen. Details maken daarbij het verschil.'

Mensen blij maken

Gastvrijheid is een tweede natuur van Ramon Beuk en zijn mensen. 'De Glazen Ruimte is ons huis. Een inspirerende locatie waar iedereen zich welkom mag voelen. Een plek ook waar wij mensen blij willen maken. Precies dat was lang geleden mijn drijfveer om te gaan koken. Ik wilde iets van mezelf creëren, aan mensen geven en zien dat ze daar blij van werden. Dat doe ik nu in De Glazen Ruimte nog steeds, maar veel breder dan alleen met eten. Dus wees welkom om te ervaren, kijken, voelen en proeven.' ■



Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten

Wereldse gastvrijheid

Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten in Soesterberg is gevestigd in een voormalig klooster en missiehuis. Het complex heeft geen religieuze functie meer, al is er nog wel een verband. Directeur René Giel: 'In 2012 is bewust voor een koers gekozen waarbij we onze achtergrond gebruiken als onderscheidend vermogen. De rode draad is altijd geweest: wereldburgerschap. Dat vertalen we nu naar beleving.'

Het Conferentiehôtel is bij uitstek geschikt voor meerdaagse bijeenkomsten: vergaderingen, trainingen et cetera. Ook gasten die zakelijk of privé overnachten, weten het hotel te vinden. 'Dat heeft te maken met de centrale ligging vlakbij Utrecht, maar ook met interessante locaties in de directe omgeving zoals het onlangs geopende Nationaal Militair Museum. En in onze achtertuin wordt Spa Soesterberg gebouwd. Dat is zeker een extra USP.'



Dienstbaarheid

De koers die in 2012 werd ingezet, slaat aan. Dat blijkt onder meer uit de positieve online reviews. 'Daar scoren we gemiddeld een 8,4 in de "guest experience index". Op "service" scoren we een 8,8. Eigenlijk logisch gezien onze achtergrond: dienstbaarheid zit hier in de genen. Dat heeft te maken met de missiepriesters die de hele wereld over reisden om contact te maken met andere culturen en een helpende hand te bieden.' Al is die religieuze lading er niet meer, de betrokkenheid met andere culturen is gebleven. Het is zelfs één van de onderscheidende factoren van Kontakt der Kontinenten. 'We zijn een ontmoetingsplaats voor wereldburgers van alle kleuren, rassen, gezindten. Die authenticiteit helpt ons om een sfeer te creëren die zich het best laat omschrijven als wereldse gastvrijheid.'

www.kontaktderkontinenten.nl

BIJ HET TOEGANKELIJKE TOPKANTOOR HECHTEN
WE VEEL WAARDE AAN BEIDE WOORDEN:

JURIDISCHE DIENSTVERLENING

DAAROM ADVISEREN WIJ
ONZE CLIENTEN PRO-ACTIEF,
BEGRIJPELIJK EN TER ZAKE
OM PROBLEMEN TE VOORKOMEN
OF OP TE LOSSEN.

WIJ ZIJN U GRAAG VAN DIENST!



Bezoek onze website
www.vbk.nl, volg ons op
twitter @VBKnl of bel ons
voor een oriënterend gesprek
op 030 - 259 56 07.

VAN BENTHEM & KEULEN
ADVOCATEN & NOTARIAT



Ronald Besemer over het momentum voor de stad

‘Utrecht wereldwijd in de spotlights’

Ronald Besemer startte in maart als directeur van Toerisme Utrecht. Hij constateert dat steeds meer ogen op de stad zijn gericht. ‘Utrecht maakt een enorme schaalsprong door. Deze dynamiek zorgt ervoor dat onze sterke punten worden uitvergroot.’ Utrecht moet gebruik maken van het momentum, benadrukt Besemer. ‘Nu is het tijd om te oogsten.’

TEKST [HANS HAJÉE](#) FOTOGRAFIE [MARNIX SCHMIDT](#)

Ronald Besemer studeerde Nederlands in Utrecht en bleef er wonen, zoals zovelen. Na een eerste baan in Den Haag werd hij in 1999 persvoorlichter bij de landelijke belangenvereniging van chronisch zieken en gehandicapten in Utrecht. Later combineerde hij er de functies van hoofd communicatie en interim-directeur. Besemer wilde verder in het communicatievak en stapte over naar het bureau EPP. Na vier jaar werd hij hoofd PR & Communicatie bij Corio Nederland.

Zichtbaar DNA

Bij Corio hield Besemer zich in zijn begintijd intensief bezig met Hoog Catharijne. 'Winkelcentra waren of zijn soms nog naar binnen gekeerd, een soort zwarte dozen waar men alleen kan winkelen. De crisis en e-commerce maakten echter duidelijk dat beleving essentieel is voor de gunst van het publiek. Daarom organiseerden we met andere organisaties evenementen zoals Call of the Mall, met Culturele Zaken van de gemeente. Hiermee bood Hoog Catharijne een podium aan (inter)nationale kunstenaars.' Het leverde het winkelcentrum veel waardering op en een grote marketingprijs. 'We hebben Hoog Catharijne in verbinding gebracht met het DNA van de stad. Bijvoorbeeld door tijdens het Nederlands Film Festival rode lopers neer te leggen en tijdelijke bioscopen in het complex te creëren. Ook een actueel initiatief als NEST – broedplaats voor jonge lokale ondernemers – past in deze strategie.'

Schaalsprong

Besemer had het naar zijn zin bij Corio. Wat gaf dan de doorslag om te kiezen voor Toerisme Utrecht? 'Ik woon al meer dan de helft van mijn leven in Utrecht en voel me een echte Utrechter. Ik heb een heel sterk gevoel bij deze stad; Utrecht zit in mijn hart, of het nu gaat om de onafhankelijke chocolademakers en kleine podia of de boardrooms van grote instellingen.' En het zogenaamde momentum speelt een rol. 'De stad is bezig aan een enorme schaa sprong. Leidsche Rijn is de grootste Vinex-locatie met straks 100.000 inwoners. Het Stationsgebied is de grootste binnenstedelijke ontwikkeling in heel West-Europa. Er worden forse bedragen geïnvesteerd door de overheid en private partijen. En neem het Utrecht Science Park. In mijn studententijd wilde je zo snel mogelijk weg van de Uithof. Nu is het gebied booming en zorgen bedrijven, onderwijsinstellingen en tienduizenden jonge mensen er voor een enorme dynamiek. De universiteit en het UMC zijn toonaangevend. Bedrijven als Nutricia Research vestigden zich in het Science Park en de komst van het RIVM geeft het gebied straks opnieuw een impuls.'

GEZAMENLIJKE DRIVE

Besemer constateert dat organisaties en personen in de stad elkaar de laatste jaren gemakkelijker vinden. 'Er is een gezamenlijke drive. Vanuit het besef dat we elkaar nodig hebben, ook bij de realisatie van ieders eigen ambities. Individueel belang ligt in het verlengde van collectief belang. De gemeente zoekt heel sterk naar samenwerking en ook partijen als de Jaarbeurs, Rabobank en Corio spelen een belangrijke rol. Al zijn ze het onderling niet altijd overal over eens, ze trekken wel samen op en nemen hun verantwoordelijkheid als het gaat om de stad. Bij personen op sleutelposities is er een onderlinge klik en samen brengen ze zaken in beweging.'

Sluimerende potentie

De schaa sprong van Utrecht zorgt tegelijkertijd voor een mentaliteits sprong, merkt Besemer. 'De jarenlang sluimerende potentie komt eindelijk tot wasdom. Inwoners en ondernemers merken dat. Steeds meer mensen beseffen dat zij wonen en werken in een bijzondere stad die een unieke periode doormaakt. De komst van de Grand Départ versterkt dat gevoel. De Tourstart zet Utrecht wereldwijd in de spotlights. Dat doet veel met de inwoners en hun trots op de stad.'

Lonely Planet

Door de Grand Départ neemt de belangstelling voor Utrecht in binnen- en buitenland verder toe. Koren op de molen voor de nieuwe directeur van Utrecht Toerisme. 'Onze doelstelling is om het verhaal van de stad op zoveel mogelijk plaatsen uit te dragen. Dat lukt steeds beter. Utrecht maakt naam als bijzondere bestemming. Van de vermelding in de top 10 van onontdekte steden van Lonely Planet plukken we nog steeds de vruchten. Meer bekendheid leidt tot meer bezoek van zowel particuliere als zakelijke toeristen. Daarmee komen we bij het uiteindelijke doel van onze inspanningen: meer bezoek, meer inkomsten en meer werkgelegenheid. Daarvoor staat Toerisme Utrecht aan de lat.'

350 euro

Besemer omschrijft zijn organisatie wel als een marketingfabriek. 'Online communicatie wordt daarbij steeds belangrijker. Belangrijke pijler is ook het Utrecht Convention Bureau. Hiermee wordt de zakelijke markt bewerkt met als doel

om meer internationale congressen naar Utrecht te halen. Waar een gewone toerist gemiddeld 50 euro per dag besteedt, ligt dat bedrag bij zakelijke bezoekers op 350 euro. Veel partijen – gemeente, EBU, provincie, Utrecht Science Park, hotelwensen – trekken samen op bij het bewerken van het zakelijke segment. Het zijn trajecten die een lange adem vergen. Om een groot internationaal congres binnen te halen, ben je vaak jaren bezig. Maar de impact ervan in de stad is groot.'

Klein jongetje

Belemmeringen om de toeristische potentie van Utrecht verder te benutten ziet Besemer amper. 'Anders dan dat praktische zaken goed op orde moeten zijn. Zo kan het regionale openbaar vervoer beter, net als de Engelstalige informatievoorziening. Ook moet iedereen zich realiseren dat bij het vergroten van toeristische bestedingen de kost voor de baat uitgaat. Vergeleken met de drie andere grote steden en Maastricht is Toerisme Utrecht budgettair het kleinste jongetje van de klas. Ook een stad als Almere geeft meer uit aan citymarketing. Om ambities te realiseren, zijn mensen en middelen nodig.'

Verder heeft de stad het volgens Besemer in eigen hand. 'Utrecht heeft veel te bieden. Denk aan de historische binnenstad met een icoon als de Dom en het hoogwaardige culturele aanbod van internationale allure. De actuele dynamiek zorgt ervoor dat deze sterke punten worden uitvergroot. Er is een vlieg wiel in gang gezet dat steeds sneller gaat draaien.' ■

Met ruim 1.800 leden en de sterke alliantie met VNO-NCW in Den Haag is VNO-NCW Midden een invloedrijke organisatie waar politiek, openbaar bestuur en andere maatschappelijke organisaties niet omheen kunnen. Door rechtstreekse lidmaatschappen en betrokkenheid van ondernemers in de regio kunnen wij ons sterk maken voor de belangen van het bedrijfsleven. Dat is niet alleen van betekenis voor ondernemers, maar voor de hele regio.



Veel bereikt voor Utrechtse ondernemers

AGENDA

19 mei

De Participatie Tour, hét werkgeveersevent van Utrecht-Midden

26 mei

HR-kring VNO-NCW Midden: bijeenkomst over actueel onderwerp

3 juni

VNO-NCW Midden: Excursie World Expo, Milaan

25 juni

VNO-NCW Utrecht: Zomeractiviteit, samen met VNO-NCW Eemland, VNO-NCW Valleiregio en Jong Management en in samenwerking met Platform Defensie-Bedrijfsleven

VNO-NCW Utrecht is een van de regio's van VNO-NCW Midden en werkt nauw samen met VNO-NCW Eemland en andere omliggende regio's. De mening van leden – kleine en grote ondernemers en eindver-

antwoordelijke managers uit vele branches – telt. Inbreng in de lobby en uitwisseling van informatie en ervaringen staan centraal tijdens bijeenkomsten die de vereniging met grote regelmaat organiseert. De wortels van menig innovatief concept liggen in dit soort netwerkbijeenkomsten.

Resultaten

Voorbeelden van lobbyresultaten laten zien dat we veel bereikt hebben voor een gezond ondernemersklimaat. Zo is de invoering van de quotumwet voorlopig uitgesteld. En onder druk van VNO-NCW zag de minister in juni 2014 af van de geplande verhoging op leidingwaterbelasting. VNO-NCW Utrecht is medeondertekenaar van het Convenant Utrechtse Werktafel. We zien dat onze wensen en eisen zijn overgenomen bij de inrichting en uitvoering van werkbedrijven: goede werkgeversdienstverlening, eenduidig en regionaal instrumentarium, één loket, kaartenbak met aanbod werkzoekenden op orde. We lobbyen voor minder regels, ondernemersvriendelijk aanbesteden en ruimere financieringsmogelijkheden. VNO-NCW Utrecht is een van de initiatiefnemers van het Mobiliteitsnetwerk Utrecht en ondersteunt het netwerk in de

stuurgroep. In 2014 hebben we een subsidie ontvangen waardoor wij nog gemakkelijker werkgevers met elkaar in contact kunnen brengen om zich in te zetten voor het belang van duurzame inzetbaarheid.

Verduurzamen

Ook in 2015 staan er mooie en praktische bijeenkomsten op de kalender, waarbij van werknamer-werk-begeleiding en arbeidsmobiliteit centraal staan. En tot slot: in samenwerking met de Economic Board Utrecht hebben we de in het kader van het programma 'Groen' partijen bij elkaar gebracht om de regelingen die beschikbaar zijn voor het verduurzamen van het bestaande bedrijfs onroerend goed beter inzichtelijk te maken en eenduidig te communiceren. ■

Contact en informatie

Alwin Roest, regiomanager

VNO-NCW Utrecht

T 055 – 5222606

E roest@vno-ncwmidden.nl

I www.vno-ncwmidden.nl/utrecht

BUSINESS FLITSEN



25 JAAR KÄRCHER CENTER DE VRIES

Kärcher Center de Vries ging op 1 juni 1990 officieel van start als specialist in Kärcher-reinigingsapparatuur. Binnenkort staat dus de 25^e verjaardag van het familiebedrijf op de agenda. Tom Vianen, commercieel verantwoordelijk, runt sinds 2006 het zes koppige familiebedrijf samen met zwager Willem Nieuwhoff, verantwoordelijk voor service. 'Mensen kiezen bij ons voor een gerenommeerd merk,' aldus Vianen. 'Verkopen, repareren en onderhouden, we hebben alles in eigen hand. Dat is meteen ook onze kracht.' Kärcher Center de Vries focust op reinigingstoestellen voor professioneel gebruik. Daar hoort ook de ontwikkeling van projecten op maat en de installatie ter plaatse bij. 'Als we weten waar de stroom en het water binnenkomen, kunnen we aan de slag,' zegt Vianen. Op de vraag waar Kärcher Center de Vries over tien jaar zal staan, meldt hij: 'Ik heb geen glazen bol. Wat ik wel weet, is dat hard werken altijd loont.'

REGIO UTRECHT PRESENTEERT ZICH OP PROVADA

Voor de tweede keer presenteren tien Utrechtse regiogemeenten zich gezamenlijk op de Provada. Hun motto tijdens de toonaangevende vastgoedbeurs: ontdek de kracht van de regio Utrecht. Provada-bezoekers kunnen van 2 t/m 4 juni ontdekken wat Utrecht tot een economisch aantrekkelijke regio maakt. Zoals de centrale ligging, de aanwezigheid van gerenommeerde kennisinstellingen, een bloeiende creatieve sector en prima bedrijfs- en woonlocaties. Die kwaliteiten van de regio gaan over de gemeentegrenzen heen. Daarom bundelen de zogenoemde U-10 gemeenten hun krachten en staan ze in regionaal verband op de Provada. De gemeente



Nieuwegein is een van de U10-deelnemers en brengt vooral bedrijvenpark Het Klooster en de transformaties van kantoren onder de aandacht.

EERSTE LUSTRUM STIDAD

De Stichting Ideële Advisering (Stidad) bestaat vijf jaar. Stidad is opgericht in 2010 met als doel, het aanbieden van professionele advisering aan maatschappelijke en ideële organisaties op de vakgebieden bedrijfskunde en personeel & organisatie. Later is dat uitgebreid met financiën & fondswerving en marketing & communicatie. Het eerste lustrum van Stidad werd gevierd met een bijeenkomst in Theater aan de Slinger in de vestigingsplaats Houten. Peter Heshof (zie ook pagina 18) gaf een seminar. Volgens de trendvertaler wordt de tijdgeest socialer en staat deze open voor not for profit-organisaties en voor organisaties met een ideaal. Meer informatie op www.stidad.nl.

Unified Communications

Wie telefoneert er nog?

Uw zakelijke communicatie kan een stuk effectiever met videobellen, document- en desktop-sharing, al dan niet met één of meerdere personen. De voordelen zijn enorm en de kostenbesparing substantieel.

Geïnteresseerd in de voordelen van Unified Communications voor uw bedrijf? Neem dan contact op met Citocom (030) 252 07 77.



citocom
innovatie in communicatie

Citocom bv
[030] 252 07 77 · www.citocom.nl
De Bouw 143 · 3991 SZ Houten

Grand Départ is een middel, geen doel

'Utrecht wil energie van de Tour vasthouden'

TEKST HANS HAJÉE

Het aftellen naar 4 juli is begonnen. Dan vormen de straten van Utrecht het decor voor de eerste etappe van de Tour de France, een individuele tijdsrit van 13,7 kilometer. Volgens Leo Hollman geeft de energie die vrijkomt door de Grand Départ de regionale economie een langjarige impuls. 'De Tourstart is een middel, geen doel.'

Leo Hollman, directeur van Grand Hotel Karel V en voorzitter van Hotel Overleg Stad en Schil Utrecht (HOST) windt er geen doekjes om: 'De Grand Départ is voor Utrechtse hotels het gedroomde publieksevenement. Wij moeten het immers hebben van de bestemming. Pas als bezoekers voor Utrecht kiezen, volgt de selectie van een hotel. Daarom is de Tourstart een ideaal visitekaartje voor de stad én voor ons.' Ook de periode waarin het wielerevenement plaatsvindt, komt de Utrechtse goed uit. 'Bij de meeste hotels ligt de nadruk op zakelijke gasten. Hun boekingen lopen in de zomermaanden logischerwijs terug. Juli en augustus zijn onze rustigste maanden; bezetting en kamerprijzen zijn dan het laagst. Als je in deze periode een evenement van wereldformaat binnenhaalt, is dat top.'

Heimelijk

In HOST zijn 23 hotels verenigd. Die bevinden zich zowel in Utrecht als de directe omgeving; plaatsen als Zeist, Nieuwegein en Houten. 'De meeste hotels zijn aangesloten bij HOST. Samen zijn de leden goed voor 1.800 kamers, waar het hele gebied

zo'n 2.250 kamers telt.' Het hotelcollectief heeft intensief meegedacht en meegewerkt bij de jarenlange lobby van Utrecht om de Tourstart binnen te halen. Het was een spannende periode.

'Tourstart is het gedroomde publieksevenement.'

'Ook voor ons hotel. Karel V trad regelmatig op als heimelijke gastheer als de Tourdirectie weer een bezoek bracht aan de stad.' Voor de formele bekendmaking werden de geruchten steeds sterker dat het balletje de kant van Utrecht op zou rollen. Hollman wist het al zeker. 'Doorslaggevend was het verzoek van de A.S.O. om onze beschikbaarheid en prijzen af te geven. De Tourorganisator wilde tijdig kunnen boeken, vóór de officiële bekendmaking. Toen wisten wij genoeg.'

Hoger belang

De komst van de tour naar Utrecht is mogelijk door een gezamenlijke financiële inspanning van overheden en het bedrijfsleven in de stad. 'Ook de hotels nemen hun verantwoordelijkheid. Wij staan tien procent van de kale kameromzet af van alle boekingen die binnenkomen via de centrale site van Toerisme Utrecht.' Het kostte geen moeite om de hotels van deze bijdrage te overtuigen. 'Het hogere belang van de Grand Départ wordt door iedereen onderkend.'

Niet de hoofdprijs

Over de prijsstelling van Utrechtse hotelkamers in de periode rond de Tourstart doen wilde verhalen de ronde. Tot ongenoegen van Hollman. 'Een paar uitzonderingen worden uitvergroot terwijl juist het tegendeel het geval is. Het overgrote deel van de kamers van bij HOST aangesloten hotels wordt aangeboden met slechts een kleine verhoging.' Al mogen uiteraard geen afspraken worden gemaakt, er is wel een oproep gedaan om de kamerprijzen zo laag mogelijk te houden. 'De Tourstart is een unieke gelegenheid om Utrecht als aantrekkelijke locatie voor het voetlicht te brengen bij een miljardenpubliek. Het beeld dat hotels hier torenhoge prijzen vragen, past dan niet. Nu een dubbeltje, straks een kwartje. Vrijwel alle hotels begrijpen dit en zijn terughoudend met hun prijsstelling. Een paar collega's gaan echter voor de hoofdprijs. Zij denken van de schaarste te kunnen profiteren. Ik vind dat onverstandig maar het staat iedereen vrij om een strategie te kiezen.'



Leo Hollman: 'Ook hotels nemen hun verantwoordelijkheid.'

Geen pop-up

Om de verwachte stormloop op hotelkamers te faciliteren, onderzocht een aantal ondernemers de mogelijkheid om pop-up hotels te realiseren. 'Aan zo'n tijdelijke voorziening zitten nogal wat haken en ogen. Al stelt de gemeente zich coöperatief op, de veiligheidsvoorschriften zijn streng. En pas bij de brandweercontrole vlak voor de opening wordt duidelijk of aan alle regels is voldaan. Bedenk daarbij dat je maar een paar dagen hebt om de investering terug te verdienen. Het risico is simpelweg te groot.'

Kamers beschikbaar

Het beeld dat alle Utrechtse hotels al volgeboekt zijn, wil Hollman graag nuanceren. 'Toen bekend werd dat de Tour in Utrecht zou starten, hebben grote *bookers* veel kamers gereserveerd. Nu blijkt dat niet al deze kamers ook daadwerkelijk worden afgenomen. Die komen nu weer op de markt. Op dit moment – eind april, red. – is er zeker nog beschikbaarheid in de hotels in stad

en regio. Ook bij de tijdelijke campings moet de grote stroom reserveringen nog op gang komen. Je merkt dat veel mensen pas op het laatste moment besluiten om naar Utrecht te komen en de Tourstart live mee te maken.'

Bij de rewers

Welke erfenis laat de Tourkaravaan in Utrecht achter als zij tijdens de tweede etappe de gemeentegrenzen passeert en koers zet naar Zeeland? 'Om een groot publieksevenement als dit te kunnen organiseren, is samenwerking tussen gemeente en bedrijfsleven een must. Dat was voor iedereen een leerproces en we hebben elkaar af en toe stevig bij de rewers gehad. Maar gaandeweg is begrip ontstaan voor elkaars belangen. Er is sprake van partnership en wederzijds vertrouwen. Dat is een groot goed met het oog op de toekomst.'

Langjarige impuls

De energie die is vrijgekomen rond de Tourstart werpt nu al vruchten af. 'Het heeft er onder meer toe bijgedra-

gen dat onder de bezielende leiding van EBU de gemeentes Utrecht en Amersfoort, Universiteit Utrecht, Jaarbeurs, Provincie Utrecht, De Marienhof, De Flint en HOST een fonds hebben opgericht dat gebruikt wordt om kennisevenementen aan te trekken. Hiertoe stellen zij gedurende drie jaar samen jaarlijks ruim drie ton ter beschikking aan het Utrecht Convention Bureau.' Ander voorbeeld is de continuering van het Business Peloton Utrecht (BPU). 'Dit zakelijke netwerk coördineert de economische activatie rond de Tourstart,' meldt Hollman, tevens bestuurslid van het BPU. 'Met een gewijzigde naam willen wij de huidige energie vasthouden en na de Tour omzetten in nieuwe initiatieven. Dit onderstreept eens te meer dat de Grand Départ voor Utrecht geen doel op zich is. Het is een instrument, een katalysator die de economie van stad en regio van een langjarige impuls voorziet.' ■

Restaurant Belle

Vergaderen aan de Vecht

Belle is een bekend en gerenommeerd restaurant in Oud Zuylen. 'En menigeen heeft mooie herinneringen aan feesten en bruiloften in het historische gebouw onder de kastanjabomen, op een steenworp afstand van Slot Zuylen,' zegt Judith Prins. Zij is marketing manager van Brothers Horeca Groep (BHG), eigenaar van Belle plus zeven andere evenementenlocaties en restaurants.

Inspirerend

Wat nog lang niet iedereen weet, is dat Belle ook een inspirerende locatie vormt voor zakelijke bijeenkomsten. 'Drie zalen met een capaciteit van 10 tot 100 personen bieden plek aan vergaderingen, brainstormsessies en seminars. Belle kent verschillende vergaderarrangementen, een ruime keuze (gezonde) menu's en voor technische ondersteuning kan worden gezorgd.' Het salesteam geeft adequaat antwoord op alle vragen. Net als bij de andere BHG-locaties vallen gastvrijheid en service op. 'Door de idyllische ligging zou je bijna vergeten dat Belle vlakbij Utrecht ligt. Ook de A2 en A27 zijn maar een paar autominuten verwijderd.'

Onderscheidend

Belle beschikt over twee prachtige terrassen aan de Vecht. 'Een vergaderbreak krijgt hierdoor een extra dimensie. Deelnemers kunnen met uitzicht op het water even de zinnen verzetten en nieuwe inspiratie opdoen. Ook voor een afsluitende borrel vormen de terrassen een ideaal decor. Hiermee beschikt Belle als vergaderlocatie over een onderscheidende troef, helemaal nu de zomermaanden in aantocht zijn.' ■



Restaurant Belle
Dorpsstraat 12 - 3611 AE Oud Zuylen - T 030 244 1790
www.restaurantbelle.nl

Lean&Duurzaam



www.vandenpol.com

Office Magazine.nl



Check de Office Magazine.nl E-Paper app voor je tablet en smartphone op:

www.officemagazine.nl

Fysieke en virtuele meetingtrends

Ontmoetingen in een connected society

De wereld verandert, net als de voorkeuren van gasten. Locaties, meeting- en eventplanners moeten daarop inspelen, willen zij kunnen blijven rekenen op tevreden opdrachtgevers. Duurzaamheid is vanzelfsprekend, gezondheid krijgt meer aandacht. Het zowel on- als offline delen van informatie voor, tijdens en na bijeenkomsten wordt steeds gebruikelijker.



Transparantie is belangrijk voor opdrachtgevers van bijeenkomsten. Vooraf moet duidelijkheid zijn over het prijskaartje. De vraag naar all inclusive arrangements neemt toe.

Digitale interactie

Dat een locatie aandacht heeft voor duurzaamheid wordt al min of meer vanzelfsprekend gevonden. In het verlengde daarvan zijn voor het organiseren van hybride bijeenkomsten faciliteiten voor digitale interactie nodig zoals aansluitingen voor webcams.

De focus op gezondheid van veel gasten in hun dagelijks leven heeft ook zijn weerslag bij evenementen. Het gaat dan niet alleen om het vervangen van zoete en hartige snacks door gezonde, voedzame alternatieven, maar ook om het effect van voeding op lichaam en geest.

Veranderende behoeften

Eind 2014 verscheen een RAI Insights-trendrapport met als titel 'Hoe zijn evene-

menten veranderd in 2017?'. Conclusie: de behoeftes van gasten en de manier waarop zij contact leggen, hebben veel impact op evenementen. Er is sprake van een *connected society*. Het online en offline delen van informatie voor, tijdens en na bijeenkomsten wordt steeds gebruikelijker. Mede daarom is het voor stakeholders essentieel dat de manier waarop gasten deelnemen, ervaren en bijdragen aan een bijeenkomst wordt gemonitord.

Betekenisvolle ervaringen

Verder neemt volgens het RAI-onderzoek het aantal intercontinentale bezoekers aan internationale bijeenkomsten toe. Zij verwachten internationale maatstaven, gecombineerd met lokale elementen. Een derde trend is de veranderende cultuur waarbij onder andere authenticiteit, duurzaamheid en betekenisvolle ervaringen steeds belangrijker worden. Een combinatie van business en leisure kan hieraan bijdragen.

Toekomstmuziek

Al blijft de fysieke ontmoeting essentieel bij een bijeenkomst, virtuele applicaties zorgen voor een extra verrijking en voegen waarde toe. De meetingbranche moet zowel investeren in de meerwaarde van het face-to-facecontact als de impact die een bijeenkomst er buitenom heeft. Het RAI-trendrapport noemt onder andere de rol als matchmaker voor, tijdens en na een event. Verder draagt een *dedicated* programma voor virtuele bezoekers bij aan de beleving van de online gasten. Denk aan een individueel congres- of evenementenprogramma met een persoonlijke route. Of aan een virtuele tas die gasten zelf kunnen vullen. Dit zorgt voor een bijeenkomst op maat. Ook het verhogen van de positieve ervaring door middel van technologie biedt kansen. Hologrammen en de inzet van robots zijn toekomstmuziek, maar die toekomst is dichterbij dan menigeen denkt. ■

Trendvertaler en merkstrateeg Peter Heshof ziet de aandacht voor zijn vak toenemen. 'Toen ik in 2003 startte, was er kleine groep trendwatchers met Lidewij Edelkoort als prominent boegbeeld. Nu is er zelfs een hbo-opleiding Trendwatching.' De gestegen interesse komt niet uit de lucht vallen. 'Voor elke organisatie is het van levens-belang om tijdig in te spelen op relevante ontwikkelingen. Daarbij verandert het toekomstbeeld continu. Als je even niet alert bent, mis je de boot.'



Peter Heshof: 'Verandering en vrijheid worden dominanter.'

Tijdgeestkaart geeft houvast

'Trends zijn geen toeval'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE PAOLO BOUMAN

Met zijn bedrijf Bloom adviseert Peter Heshof uiteenlopende bedrijven. Van Rabobank tot Dr. Oetker, van Douwe Egberts en Albert Heijn tot Achmea. Voor iedereen die onzeker wordt door het hoge tempo van nieuwe ontwikkelingen heeft hij een geruststellende boodschap: 'Trends zijn geen toeval. Er is een golfbeweging die wordt bepaald door de tijdgeest en het ritme ervan.'

Vijftig jaar

Deze golfbeweging heeft Heshof inzichtelijk gemaakt met een Tijdgeestkaart. In dit model (zie illustratie, red.) worden vier kwadranten gescheiden door twee kruisende assen. Deze assen duiden de tegenstelling tussen ik en wij, respectievelijk tussen zekerheid/behoud

en vrijheid/verandering. 'Elk kwadrant staat voor een periode en een bijbehorende tijdgeest. Het model onderscheidt acht typen behoeftenwerelden, om meer duiding te geven van het kwadrant.'

De Tijdgeestkaart – op Youtube staat een film waarin Heshof zijn model toelicht – maakt een cyclus inzichtelijk die zich ongeveer elke vijftig jaar herhaalt. 'Dit proces wordt voortgestuwd door reactie en tegenreactie. Na verloop van tijd treedt een correctie op en wordt een tegengestelde ontwikkeling dominant. Dat gaat vaak gepaard met crises; de wal keert het schip.'

Ik hou van Holland

In de jaren 90 draaide het om geld verdienen en leek de *sky the limit*. In

de daaropvolgende groene periode was nuchterheid de norm. 'De degelijke, saaie Balkenende werd premier. Iedereen stond weer met beide benen op de grond en kreeg oog voor zijn omgeving. Er was aandacht voor de herkomst van voedsel, maar ook voor de eigen roots. Stamboomonderzoek werd hip. En "Ik hou van Holland" het meest populaire tv-programma.' Deze groene periode laten we nu langzamerhand achter ons. 'Verandering en vrijheid worden dominanter. We bewegen ons omhoog in het model; via de sociale wereld gaan we naar een gevoels- en vrije wereld. Dit komt onder meer tot uitdrukking in de behoefte aan zingeving, iets willen betekenen voor je omgeving. Ook de aandacht voor de

participatiesamenleving hangt hiermee samen. Vrijheid uit zich onder meer in de wens om zoveel mogelijk zelf te willen bepalen. Of het nu gaat om koffie of om bankzaken. Van bedrijven wordt verwacht dat zij deze behoefte faciliteren. De on demand economie is er al maar gaat nog veel verder. Je wilt niet langer een week wachten om te horen of je een hypotheek krijgt maar verwacht direct antwoord.’ Consumenten stellen steeds hogere eisen. ‘Bedrijven moeten overal in excelleren: waar voor het geld, onderscheidend design, prima service. En ook nog maatschappelijk verantwoord ondernemen. De lat ligt steeds hoger.’

Robot of buurvrouw

Na 2020 ontstaat volgens Heshof een tegenreactie en wordt techniek dominant. ‘In een rationale wereld gaan we van human naar superhuman. Horloges die informatie geven over je gezondheid zijn nog maar het begin. We kunnen steeds meer zaken controleren en meten. Medicijnen zijn nu generiek. Straks krijgt je op basis van actuele meetwaarden en je DNA een pil op maat. Van het gele kwadrant met een behulpzame buurvrouw gaan we naar het blauwe kwadrant waar de robot onze beste vriend is. Beter, want die vergeet nooit iets.’

De techniek maakt ons slimmer, gezonder en vitaler. Maar worden we ook gelukkiger? ‘Wel in de zin dat techniek ons helpt om het leven te leiden dat wij graag willen. Maar het gevaar bestaat dat techniek gaat overheersen. Niets voor niets waarschuwt Stephen Hawking nu al voor de robotisering.’ De Britse wetenschapper verwacht dat robots ons te slim af zullen zijn. Hawking heeft het zelfs over een naderende technologische catastrofe. ‘Of het zover komt, is de vraag. Duidelijk is in elk geval dat ook hier weer een tegenreactie zal volgen.’

Merkwaardes bepalen

Om de inzichten van de Tijdgeestkaart ten volle te kunnen benutten, is het volgens Heshof nodig dat organisaties zichzelf goed kennen. ‘Waar sta je voor als organisatie? Wat is je DNA? Dit bepaal je door drie vragen te beantwoorden. In welk domein ben je actief? Wat voeg je

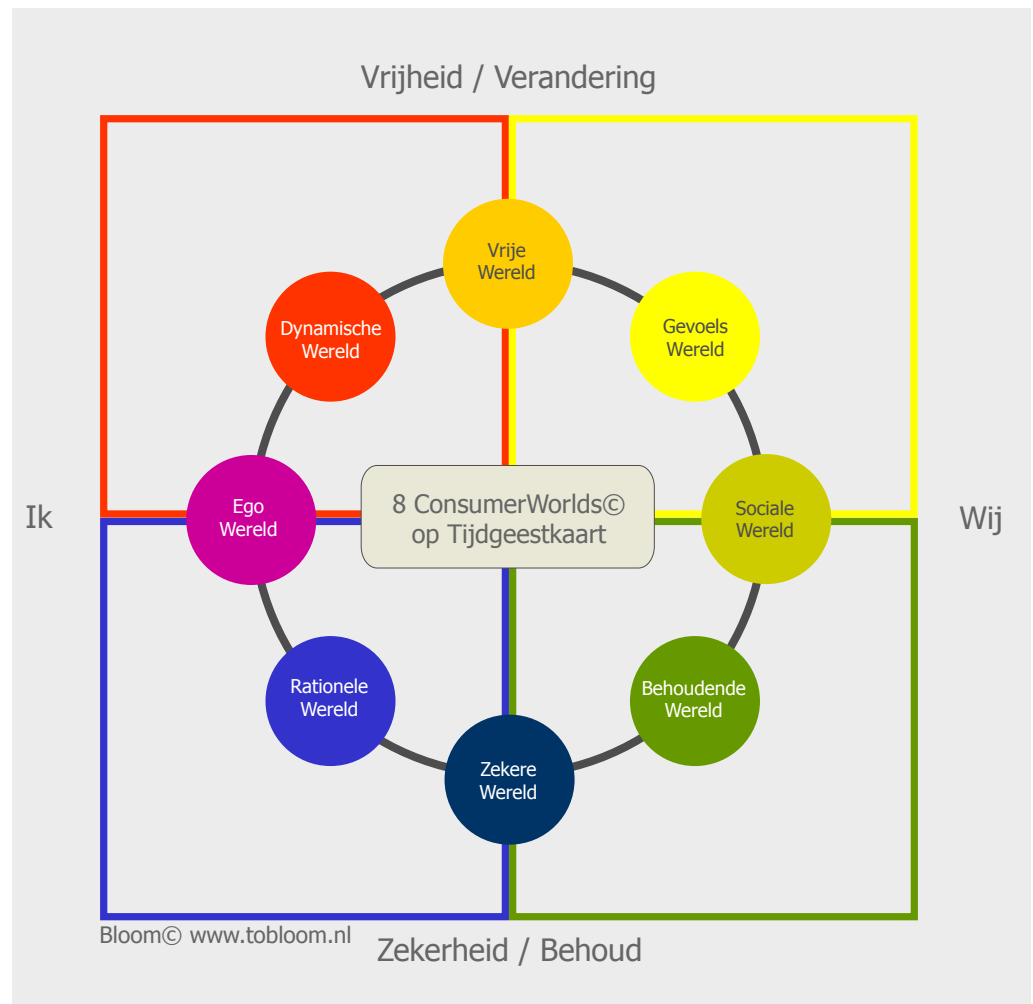
toe aan dit domein als merk of bedrijf – essentie – en op welke manier doe je dat – merkwaardes? Dat leidt tot een aantal merkwaardes die vergeleken kunnen worden met de kenmerken van de tijdgeest uit het model. Dan wordt duidelijk welke merkwaardes het best aansluiten bij de actuele fase. Om klanten en andere stakeholders maximaal aan te spreken, moet je juist die benadrukken.’

Cruciale timing

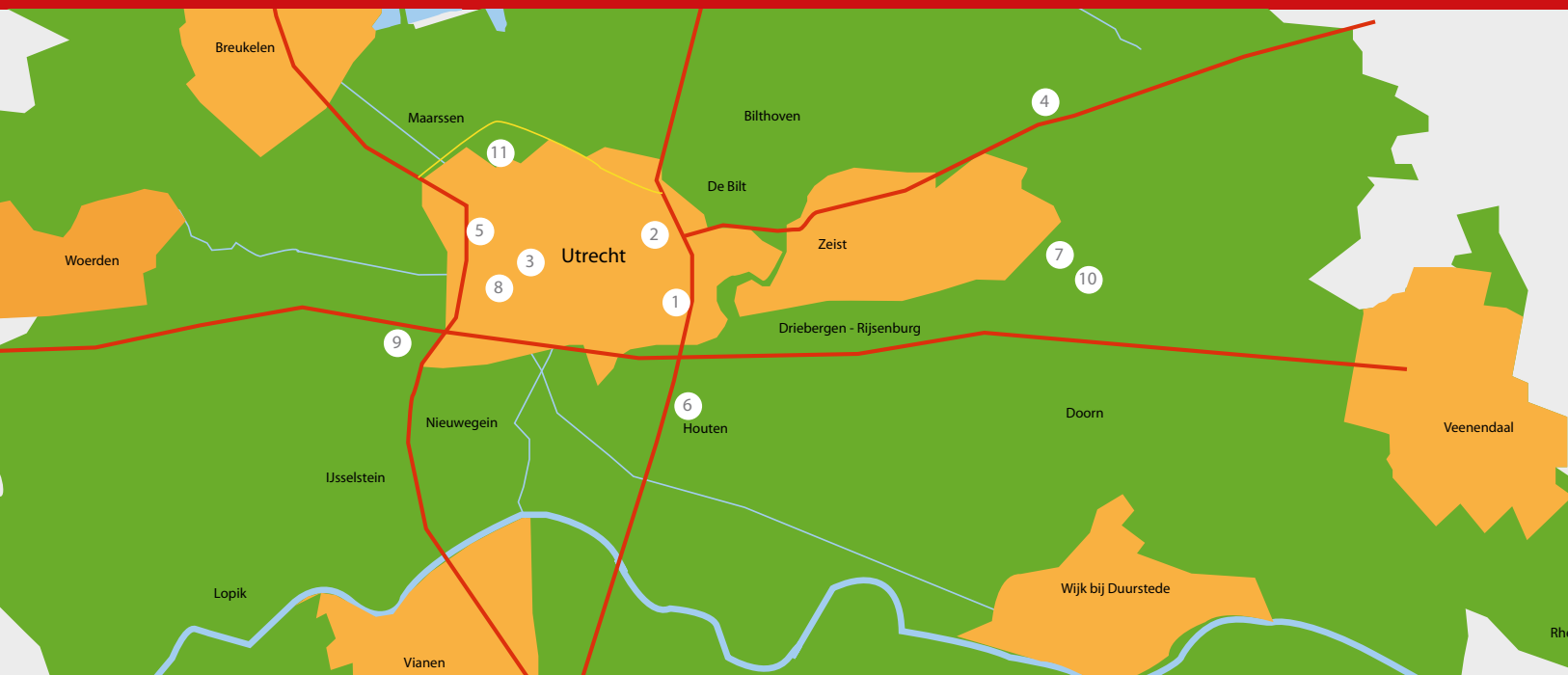
Regeren is vooruitzien. ‘In de huidige gele fase moeten bedrijven al nadenken over hun strategie in de daaropvolgende blauwe periode. Daarbij is het wel noodzakelijk dat alle eerdere stappen worden doorlopen. Aandacht voor duurzaamheid was een onderscheidend aspect. Nu is het alleen nog een voorwaarde waaraan moet worden voldaan. Is dat niet het geval dan raak je de aansluiting met de

tijdgeest en de consumenten kwijt.’

Voor die aansluiting is ook timing cruciaal. ‘De ontwikkeling die de Tijdgeestkaart aangeeft, is onmiskenbaar. Lastig te voorspellen is echter het exacte moment waarop deze dominant wordt. Een slimme strategie kan daarom zijn om alvast een testversie van een product of dienst te introduceren. Daarmee laat je zien waarmee je bezig bent, welke richting jij verwacht dat het opgaat. Tegelijkertijd geef je aan dat verbetering mogelijk is én vraagt klanten om feedback te geven. Afhankelijk daarvan kan het tempo van de verandering worden aangepast. Zo adem je als bedrijf mee met de tijdgeest.’ ■



Toplocaties in Midden-Nederland



De centrale ligging en het uitgebreide aanbod maken Midden-Nederland tot de ontmoetingsplaats bij uitstek. Of u op zoek bent naar een vergader-, evenementen-, training- of outdoorlocatie of gewoon gezellig wilt lunchen met een relatie, de regio heeft volop te bieden. Om u wegwijs te maken, brengt Utrecht Business een aantal toplocaties in kaart. Zij vormen het perfecte decor voor uw bijeenkomst of evenement.



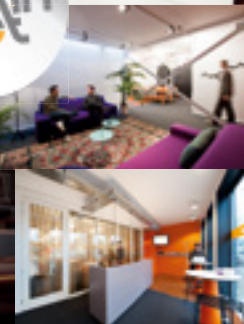


HET OUDE TOLHUYS
DE LOCATIE VOOR AL UW BIJeenKOMSTEN

Laat uw congres, vergadering, receptie of diner tot in de puntjes verzorgen.

Gewoon gastvrij genieten!

Weg naar Rhijnauwen 13-15 3584 AD Utrecht
030 - 2511215 - www.hetoudetolhuys.nl

Frisse trainingsruimtes
Centraal in Utrecht, aan het Griftpark.
Kom voortaan zorgeloos trainen!
www.trainspot.nl | 030 737 05 81



Amsterdamsestraatweg 464 - 3553 EL Utrecht - T 030 - 244 00 32 - www.restaurantjuliana.nl

JAPANS
Teppan Yaki,
Sushi & Sashimi

CHINEES
Specialiteiten uit
Kanton en Szechuan

oriëntaals restaurant

Juliana 花城

JAPANESE EN CHINESE SPECIALITEITEN

Oriëntaals Restaurant Juliana is de perfecte locatie voor een zakelijke bijeenkomst of diner. Optimaal bereikbaar en met ruime gratis parkeergelegenheid. De serre en het aangrenzende terras bieden een schitterend uitzicht op het Julianapark.



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN



www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg

Cursus- en
vergadercentrum

DOMSTAD

**"Onze transparante prijsstelling
kan het daglicht zeker verdragen"**

Ervaar de lichte zalen en heldere offertes

www.accommodatiedomstad.nl

**Vineyard
food &
drinks**
to go • to stay • to work

Restaurant en werklocatie

Open op maandag t/m vrijdag vanaf 7 uur!

Atoomweg 63, Utrecht:
A2, afslag 7, volg X

www.vineyardfoodanddrinks.nl



Interieur fotografie: Bas Arps

Ontbijt | lunch | diner | wifi | gratis scannen en printen | oplaad- en aansluitpunten

WORK | EAT | MEET @

MEETINGCENTER DE MEERN

GRATIS PARKING

FLEXWERKPLEKKEN

8 MULTIFUNCTIONELE VERGADERZALEN TOT 600 PERSONEN

Reserveren via +31 (0)30 666 1779
of meetings-events@autogrill.net



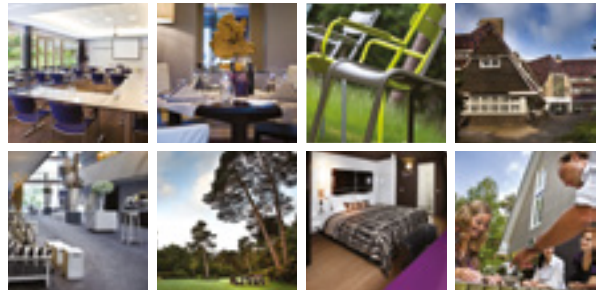
EXPO HOUTEN STAAT VOOR ONDERNEMEN EN PARTNERSHIP

- Centraal gelegen
- Makkelijk bereikbaar
- Gratis wifi
- Exclusiviteit
- Full service concepten
- Zichtlocatie A27
- Eén contactpersoon



EXPO HOUTEN
Beurzen, congressen en vergaderen

www.expohouten.nl



Woudschoten
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergseweg 54 T 0343 - 492 492
3707 HX Zeist F 0343 - 492 444

E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl

**Vergadering - Training - Congres
Meeting - Evenement - Feest
Ontbijt - Lunch - Diner - Overnachten**

GOEDE BEREIKBAARHEID - GRATIS WIFI - GRATIS PARKEREN

Oud London
HOTEL RESTAURANT
PROEF DE SFEER!

**Oud London
New Business!**

WWW.OULDONDON.NL - ZEIST

RESTAURANT

Belle

Vergaderen aan de Vecht

Restaurant | Vergaderen | Trouwen |
Feesten | Terras aan het water

Restaurant Belle
Dorpsstraat 12 | Oud Zuilen
030 244 1790 | www.restaurantbelle.nl

Impuls voor duurzaamheid door Energiefonds Utrecht

Vinken of vonken?

Het Energiefonds Utrecht, de gemeente en Rabobank Utrecht willen investeringen in energiebesparing en opwekking van duurzame energie bevorderen. Het Energiefonds maakt een voortvarende start; na anderhalf jaar is al dertig procent van het beschikbare kapitaal uitgezet. 'Wij financieren maximaal de helft van de benodigde investering,' zegt Roy Ellenbroek. 'Door dit hefboomeffect is al zeven miljoen euro aan privaat geld voor verduurzaming geactiveerd.'

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

'Het Energiefonds Utrecht biedt laagdrempelige financiële ondersteuning aan Utrechtse organisaties met duurzame ambities,' verduidelijkt fondsmanager Roy Ellenbroek. 'Dit gebeurt in de vorm van leningen, garanties en participaties. Hiermee maken wij haalbare maar moeilijk financierbare projecten toch mogelijk.' Het fonds is niet bedoeld voor initiatieven die 'gewoon' bancair financierbaar zijn. 'We richten ons alleen op projecten die door banken of andere financiers als te klein of te risicovol worden beoordeeld.'

Het Energiefonds financiert maximaal de helft van het benodigde bedrag. 'Hierdoor is de impact veel groter dan het beschikbare budget,' benadrukt Ellenbroek. Dat budget bedraagt 5,8 miljoen euro. De gemeente Utrecht brengt 4,55 miljoen euro in, het resterende bedrag komt van Europese subsidies. Het fonds loopt tot 2028 en is revolverend; zodra bestaande financieringen worden afgelost of herfinanciering plaatsvindt, kan het geld opnieuw worden ingezet.

Actieve bank

Irene van der Laan, manager Bedrijven Advies bij Rabobank Utrecht is blij met het Energiefonds. 'Veel van onze klanten denken na over verduurzaming. Vooral zonnepanelen mogen zich verheugen in grote belangstelling. De mogelijke besparing op energiekosten speelt daarbij een cruciale rol. Veel meer duurzame investeringen dan ondernemers

denken, kunnen gewoon door ons gefinancierd worden, bijvoorbeeld via het Rabobank groenfonds. Lukt dat niet dan verwijzen we graag door naar het Energiefonds. Het gaat er immers om dat ondernemers hun ambities kunnen realiseren.'

Rabobank brengt de mogelijkheden van het fonds actief onder de aandacht van haar relaties. 'Roy gaf een presentatie tijdens een van onze ondernemersavonden, evenals een aantal andere duurzame initiatieven.' De Utrechtse bank maakt zich in brede zin sterk voor verdere verduurzaming van de lokale economie. 'Zo hebben we onze eigen panden en inkoop verduurzaamd, krijgen duurzame starters een podium op de NEST-locaties in Hoog Catharijne en op het Utrecht Science Park en steunen we initiatieven als EnergieU voor de particuliere markt.'

Snelle besluitvorming

Ook Ellenbroek merkt dat duurzaamheid leeft bij ondernemers. 'Dat zorgt voor een enorm potentieel als het gaat om energiebesparing. Feit is wel dat het voor veel bedrijven nog geen topprioriteit heeft. Daarom is onze werkwijze erop gericht om snel en laagdrempelig toegang te bieden tot financiering. Geen ellenlange procedures of stapels documenten maar een beknopt aanvraagformulier en snelle besluitvorming. Dat spreekt ondernemers aan.' Het Energiefonds is in de basis bedoeld voor investeringen

met een omvang van 25.000 tot 1 miljoen euro. Voor bedrijven met een financieringsbehoefte vanaf 5.000 euro is er een lichte variant in de vorm van de Energielening; aanvraag en toekenning binnen een week. 'Een aanzienlijk deel van de actuele aanvragen betreft zonnepanelen. Ook financiert het Energiefonds de aanleg van een aantal WKO-installaties. En restaurant De Kleine Baron gebruikt een Energielening voor de aanschaf van een energiezuinige vaatwasser. Ander voorbeeld is de gerenoveerde Cereolfabriek; daar is door financiering van het fonds een extra verduurzamingslag gemaakt.'

Naadloos aanvullen

Duurzame ondernemers die een nieuw concept ontwikkelen, komen vaak lastig aan geld. Een track record ontbreekt immers. Zij kunnen een beroep doen op het Rabobank pre-seed fonds bij Utrecht Inc. Daarnaast kunnen dergelijke bedrijven aankloppen bij het Energiefonds. Ellenbroek: 'Voorwaarde is dan bijvoorbeeld dat een bank onze financiering overneemt zodra het bedrijf voldoende schaalgrootte heeft.' Een prima opzet, vindt Van der Laan: 'In dergelijke gevallen vullen Energiefonds en bank elkaar naadloos aan. En doordat de financiering wordt overgenomen, krijgt het fonds weer ruimte om andere duurzame projecten te ondersteunen.'



Roy Ellenbroek en Irene van der Laan: 'Veel ondernemers denken na over verduurzaming.'

AANDEEL IN ELKAARS ONDERNEMERSCHAP

In deze reeks artikelen staan Utrechtse samenwerkingsverbanden centraal die duurzaam en innovatief ondernemerschap stimuleren. Rabobank Utrecht steunt als lokale coöperatieve bank dergelijke initiatieven en maakt deze rubriek mede mogelijk. Kijk op www.rabobank.nl/utrecht hoe de Rabobank ook een aandeel in uw ondernemerschap kan hebben.

Kleine moeite

Ellenbroek was in een eerdere functie betrokken bij de ontwikkeling van duurzame energie-initiatieven. 'Ik herken waar ondernemers tegenaan lopen. Regelmatig geef ik feedback bij plannen in het laatste stadium van de ontwikkelfase.' Ook wijst de fondsmanager graag op laaghangend fruit; besparingsmogelijkheden die relatief eenvoudig te realiseren zijn. 'Zo daalt het energieverbruik wanneer oude tl-verlichting wordt vervangen door LED en aanwezigheidssensoren worden geplaatst. Verder zie je dat bedrijven die verhuizen de energieaansluiting van de vorige gebruiker overnemen. Hun werkelijke energiebehoefte is vaak lager, zodat onnodig teveel wordt betaald. Het aanpassen van de aansluiting is een kleine moeite waarmee soms duizenden euro's bespaard kunnen worden.'

Vinken en vonken

Naast stimulering heeft de overheid nog een instrument om verduurzaming te vergroten:

een wettelijke verplichting. 'Al sinds de jaren 90 zijn bedrijven verplicht om energie te besparen. In de praktijk wordt daar echter nauwelijks op gehandhaafd. Toch kan deze regelgeving prima als stok achter de deur dienen.' Concreet voorbeeld is een convenant met de horeca waarbij een procentuele besparing wordt afgesproken voor de periode tot 2020. Ondernemers hebben alle gelegenheid om tijdig in actie te komen. Zij die dat niet doen, kunnen rekenen op strenge controles op grond van de bestaande wettelijke besparingsverplichting. 'Zo'n controle moet dan wel plaatsvinden, anders is het een papieren tijger,' stelt Van der Laan. 'Het kan er zeker voor zorgen dat bedrijven worden gestimuleerd om maatregelen te nemen. Wel zijn ze dan aan het (af)vinken en nog niet aan het vonken, namelijk uit eigen overtuiging en met volle inzet gaan voor duurzaamheid. Maar elk zetje in de goede richting helpt.'

Positief verrast

Anderhalf jaar na de start van het Energiefonds is 1,7 miljoen euro uitgezet, zo'n dertig procent van het beschikbare kapitaal. 'Ik ben positief verrast door het animo voor onze ondersteuning,' zegt Ellenbroek. 'Helemaal omdat daarmee al zeven miljoen euro aan privaat geld is geactiveerd.' Omdat steeds meer Utrechtse bedrijven en instellingen willen investeren in een duurzame energievoorziening zullen de aanvragen naar verwachting gestaag blijven binnenkomen. Het is dan ook niet meer dan logisch dat het Energiefonds voornemens is uit te breiden. 'Energietransitie is een onomkeerbaar proces maar er ligt nog een lange weg voor ons.' Meer informatie is te vinden op www.energiefondsutrecht.nl. ■

Michael van Iperen geflankeerd door Jeanette Verbeek (links) en Barbara Timmermans, adviseurs ondernemerszaken bij de gemeente Nieuwegein.



Foto Marnix Schmidt

Nieuwegein werkt aan visie voor 2025

Met het oog op de toekomst

Voor de Nieuwegeinse economie breekt voorzichtig de zon door. Door succesvolle herbestemmingsprojecten daalt de kantorenleegstand substantieel. De belangstelling voor Het Klooster neemt toe. Vooral logistieke bedrijven zien het bedrijvenpark langs de A27 als een aantrekkelijke locatie.

De 4.400 bedrijven in Nieuwegein zorgen samen voor ruim 38.000 arbeidsplaatsen. 'Dat is relatief veel,' zegt wethouder Economische Zaken Johan Gadella. 'De werkgelegenheid is groter dan de beroepsbevolking. Met wel de kanttekening dat veel Nieuwegeiners elders werken en werknemers vaak van buiten de stad komen. We hebben een open economie.' Nieuwegein is een echte werkgemeente, beaamt Michael van Iperen, hoofd van de nieuwe afdeling Ruimtelijk Domein van de gemeente (zie kader, red.). 'Dat ervaar je ook als je door de stad loopt. Op veel plaatsen is bedrijvigheid en ondernemer-

schap zichtbaar.' De werkgelegenheid is stabiel. 'Waar mogelijk spannen wij ons in om de werkloosheid terug te dringen. Werk en Inkomen Lekstroom (WIL), de samenwerkende afdeling van vijf gemeenten koppelt werkzoekenden aan lokale bedrijven met vacatures. Dat heeft onder meer op Het Klooster tot mooie successen geleid.'

Vertrouwen

Om werkenden te huisvesten, zijn steeds minder kantoren nodig. Jarenlang stond Nieuwegein bovenaan de lijst van gemeenten met veel kantorenleegstand. Liep het leegstandscijfer zelfs op tot een verontrustende 34%, nu is dat nog 27%. 'Het tij is gekeerd. De gemeente heeft fors ingezet op het stimuleren en faciliteren van herbestemming door een duidelijk beleid en snelle besluitvorming. Deze aanpak werpt vruchten af.' Het succes van Nieuwegein krijgt veel waardering; landelijk heeft de gemeente zelfs een voorbeeldfunctie (zie ook pagina 28). Wethouder Gadella signaleert ook een autonome groei van kantooropname. 'Al is het een voorzichtige trend, er wordt weer additionele kantoorruimte afgenomen in bestaande gebouwen. Het mes snijdt dus aan twee kanten bij het terugdringen van leegstand. Dat geeft vertrouwen voor de toekomst.'

Logistiek animo

Waar elders in de gemeente kantoorruimte wordt getransformeerd, verrijst nieuwbouw op Het Klooster. Het animo voor dit bedrijvenpark had jarenlang te lijden onder de economische crisis. 'Na *launching customers* V&D, Mavaro en Imabo stagneerde de uitgifte. Daar komt nu verandering in. Steeds meer bedrijven kijken weer naar mogelijkheden om te groeien. Dat zorgt voor een versnelling op Het Klooster.' De nieuwbouw van een groot Albert Heijn-verscentrum wordt naar verwachting in juni opgeleverd. Ook de vestiging van Hako Bouw vordert gestaag. Belangrijke actuele mijlpaal is de ontwikkeling van 7 hectare door de ontwikkelende belegger Somerset Real Estate. Deze specialist in logistiek vastgoed realiseerde eerder onder meer succesvolle projecten op Schiphol en in Lage Weide. 'Zij hebben dermate

veel vertrouwen in de markt en in Het Klooster dat het bedrijf op risico een distributiecentrum ontwikkelt,' aldus Van Iperen. De omgevingsvergunning is inmiddels verleend. 'De interesse van Somerset bevestigt de aantrekkingskracht van Het Klooster voor logistieke bedrijven. Ook uit informatieaanvragen blijkt dat vanuit dit segment veel interesse bestaat.' Reden voor de gemeente om lid te worden van Nederland Distributieland. 'Hoe meer inzicht in wat logistieke bedrijven bezighoudt, hoe beter we deze kunnen faciliteren.'

Extra trigger

De vestiging van grote bedrijven op Het Klooster heeft een aantrekkende werking. 'De komst van het verscentrum van AH zorgt voor interesse van toeleveranciers en bedrijven uit dezelfde branche.

richt op behoud en verbetering van de bestaande omgeving,' zegt Van Iperen. Bijkomende randvoorwaarde: de stad is in een korte periode ontstaan. 'Dus ook een opgave als de herstructurering van verouderde wijken komt in relatief korte tijd op ons af. Datzelfde geldt voor de vergrijzing. Deze problematiek hoort bij een groeikern, met de uitdaging om onze beperkte middelen zo efficiënt mogelijk in te zetten.'

Groeikern-erfenis

Een belangrijke taak voor Gadella als wethouder Economische Zaken hangt eveneens samen met de groeikern-erfenis van Nieuwegein. 'Bedrijven zijn hier vanuit alle windstreken naartoe gekomen met de centrale ligging als belangrijke drijfveer. Leveranciers en partners bevonden zich vaak nog elders, in de oude ves-

'Ondernemers en bewoners worden aangesproken op hun verantwoordelijkheid.'

Zo heeft zich op De Wiers recent de logistieke dienstverlener Vers & Fijn gevestigd.' Opvallend is dat tot nu toe vooral grote kavels op Het Klooster zijn verkocht. Gadella ziet echter ook voor kleinere gebruikers meer perspectief. 'Bij veel mkb-bedrijven staat de eigen vermogenspositie onder druk. Dat zorgt voor een rem op hun ontwikkeling en maakt het lastig om nieuwe huisvesting te realiseren. Aanvullende kredietmogelijkheden waarvoor kapitaal van pensioenfondsen wordt ingezet, kunnen zorgen voor een investeringsimpuls. Ik verwacht dat hierdoor ook het animo voor de kleinere kavels toeneemt. Het feit dat vestiging mogelijk is voor bedrijven tot milieucategorie 5 is in dit verband een extra trigger.'

Beperkte middelen

Het Klooster omvat 75 hectare en is het laatste grote uitbreidingsgebied in Nieuwegein. 'Dit betekent dat de gemeente zich in toenemende mate

tigingsregio. In de meeste andere steden hebben zakelijke verbanden en relaties een basis van tientallen jaren, soms zelfs nog langer. Een dergelijke samenhang is belangrijk voor de lokale economie. Deze is in Nieuwegein van nature minder sterk ontwikkeld maar krijgt nu stap voor stap gestalte. Om dat proces te versterken en te versnellen, besteden wij veel energie aan het verbinden van het lokale bedrijfsleven. Onder meer door rond specifieke thema's met groepen bedrijven in gesprek te gaan. Zo zijn bijeenkomsten georganiseerd voor de ICT-branche, met buitenlandse bedrijven, starters en snelle groeiers. Verder is de gemeente actief lid van lokale netwerken en houden wij via regelmatige bedrijfsbezoeken de vinger aan de pols.'

Verblijfsduur verlengen

Het centrum van Nieuwegein onderging de afgelopen jaren een metamorfose. De tweede fase met het marktplaatsplein als centrale plek is al enige tijd in gebruik. 'Ik

Michael van Iperen is hoofd van de nieuwe afdeling Ruimtelijk Domein van de gemeente Nieuwegein. De jurist is sinds 2008 actief voor de gemeente. Eerst als zelfstandig consultant, vanaf 2011 in loondienst. 'Ik heb me onder meer beziggehouden met onderhandelingen en contracten voor de nieuwe binnenstad. Een complex en inhoudelijk uitdagend traject.'

Later werd Van Iperen manager juridische zaken, vervolgens kreeg hij het verzoek als kwartiermaker op te treden voor de nieuwe afdeling waaraan hij nu ook leiding geeft. 'Ruimtelijk Domein is een samenvoeging van vier gemeentelijke afdelingen: Ruimtelijke Ontwikkeling, Duurzame Ontwikkeling, Ingenieurs- en Projectmanagementbureau en het Grondbedrijf & Vastgoedzaken. Aan de samenvoeging ligt de ambitie ten grondslag om onze klanten beter te bedienen. Ondernemers en vastgoed-partijen hebben maar te maken met één aanspreekpunt. De samenvoeging komt ook voort uit de noodzaak om de organisatie aan te passen aan de gewijzigde omstandigheden. Nieuwegein kent geen grote nieuwbouwprojecten meer. De nadruk ligt op de (her)ontwikkeling van de bestaande omgeving. Daar hoort een andere, compactere organisatie bij.'



Johan Gadella: 'Samenhang is belangrijk voor de lokale economie.'

Foto Hans Kokx

hoor enthousiaste geluiden over de opzet van dit deelgebied,' zegt Van Iperen. 'De bezoekersaantallen zijn zeker niet slecht maar kunnen beter. En waar winkels in de eerste fase snel gevuld waren, kent het tweede deel enige leegstand. We zijn druk bezig om in overleg met winkeliers, eigenaar Corio en andere stakeholders zoals het wijkplatform, Theater DE KOM en bibliotheek De Tweede Verdieping te onderzoeken hoe we de aantrekkingskracht kunnen vergroten en de verblijfsduur verlengen.'

De westelijke binnenstad is een van de laatste delen van het centrum dat herontwikkeld wordt. 'Duidelijk is dat verdere uitbreiding van het winkelaanbod niet wenselijk is. Er is een projectleider aangesteld die samen met alle belanghebbenden kansrijke ideeën en initiatieven in kaart brengt. Daarbij is het zaak om te komen tot een samenhangende visie voor dit deelgebied.'

Sociale functie

De problematiek van het Nieuwegeinse winkelcentrum staat niet op zichzelf,

weet Gadella. 'Verkoop via internet heeft bestaande winkelstructuren aangetast. Niet alleen de detailhandel worstelt daarmee, ook overheden. Sommige bestemmingsplannen zijn ontwikkeld in een tijd dat überhaupt geen internet bestond. Het is moeilijk om met verouderde instrumenten een goed antwoord te vinden op actuele ingrijpende ontwikkelingen. Maar dat antwoord is wel nodig. Fysieke winkelgebieden zijn cruciaal voor de leefbaarheid van een stad. Het zijn ontmoetingsplaatsen met een belangrijke sociale functie.'

Nieuwe rolverdeling

Economie en maatschappij veranderen in hoog tempo. Daarom werkt Nieuwegein aan een toekomstvisie. Centrale vraag: hoe moet de stad er in 2025 uitzien? 'Gemeenten ontwikkelen zo'n visie meestal intern,' zegt de wethouder. 'Nieuwegein doet dat anders. Samen met bewoners en bedrijven gaan wij op zoek naar een blauwdruk voor een toekomst-vaste gemeente. Op basis van de wensen en verwachtingen van Nieuwegeinners

bepalen we een gezamenlijke stip aan de horizon.'

Belangrijke rol bij dit proces is weggelegd voor sociale media. Ook worden toekomstcafés gehouden. 'Verder nodigen wij een grote, willekeurig samengestelde groep inwoners persoonlijk uit om mee te praten,' aldus Van Iperen. 'Door een brede dialoog aan te gaan, wordt duidelijk welke onderwerpen de komende periode belangrijk zijn. Dit helpt ons om de juiste prioriteiten te stellen.'

Het formuleren van een toekomstvisie in samenspraak met de inwoners en ondernemers past bij het toenemende beroep op de eigen verantwoordelijkheid. 'De tijd dat een gemeente op alle gebieden de kar trekt en de dienst uitmaakt, ligt achter ons. Wij geven kaders aan, faciliteren en initiëren. Er is veel ruimte voor initiatieven van bewoners en ondernemers. Zij worden aangesproken op hun verantwoordelijkheid. Zowel de samenleving als de gemeente moet nog wennen aan deze nieuwe rolverdeling, maar het is wel de realiteit.' ■

Merchandise, Loyalty, Events & Tour Experience Arrangementen

Bruisend BPU-activatieprogramma Grand Départ



Het Business Peloton Utrecht (BPU) heeft een uitgebreid activatieprogramma opgetuigd voor de zakelijke markt. Het programma bruist van de wielerenergie en wordt gedragen door vier hoofdpijlers: Merchandise, Loyalty, Events en Tour Experience Arrangementen. Deze pijlers bestaan uit onder meer businesspakketten, unieke promotieartikelen, sportief getinte activiteiten en bedrijfsarrangementen op een aantal publieksvenues langs de route. Alle pijlers samen bieden Utrechtse ondernemers een totaalpakket voor een optimale tourbeleving in de aanloop naar en tijdens de Grand Départ.



Over twee maanden start het grootste internationale wielerevent met de Grand Départ vanaf de Jaarbeurs in Utrecht. Het Business Peloton Utrecht heeft zich vanaf het begin hard gemaakt om de economische activatie rondom de Grand Départ op gang te brengen. De introductie van het BPU-activatieprogramma is daarvan het officiële startmoment met een uniek loyaliteitsprogramma, fraaie officiële merchandising, gastvrije bedrijfsarrangementen en bijzondere sportevenementen. Hiermee speelt het BPU in op de behoeften van individuele ondernemers maar vooral ook op die van collectieven.

Merchandise

Zowel voor de zakelijke markt als voor de consument is officiële merchandise beschikbaar zoals mokken, bidons, Tour-polsbandjes, kleding en de speciale Grand Départ Fietsbel. Speciaal voor de consumentmarkt bieden verschillende winkels en horecagelegenheden in Utrecht vanaf begin april de officiële merchandise aan in hun assortiment. Herkenbaar

aan de stickers en posters op de ramen en in de etalage. Online zijn de artikelen binnenkort te koop bij Bol.com.

Loyalty

In samenwerking met de Tour-organisatie heeft het BPU een loyaliteitsprogramma ontwikkeld dat exclusief beschikbaar is voor de ondernemers in de provincie Utrecht. Dit loyaliteitsprogramma bestaat uit twee businesspakketten: Start en Plus. De twee pakketten bieden de ondernemer de mogelijkheid om extra klantenbinding en omzet te genereren door onder meer winkaarten weg te geven waaraan unieke prijzen zijn verbonden en speciale merchandise om bijvoorbeeld spaaracties mee op te tuigen. De beperkte oplage, de uniciteit aan prijzen en artikelen, speciaal voor ondernemers in de provincie Utrecht maken het tot een exclusief businesspakket.

Events

Naast de BPU wielercafés organiseert het BPU voor bedrijven verschillende wielere-

activiteiten met een sportief karakter. Speciale bedrijfsarrangementen rondom de meerdaagse tourtocht Parijs-Utrecht op 14-17 mei, de tourtocht Middelburg-Utrecht op 31 mei of de officiële Tourversie Utrecht op zondag 28 juni.

Tour Experience

Onder auspiciën van het BPU exploiteren samenwerkende Utrechtse ondernemers allerlei activiteiten tijdens de Grand Départ op de 25 toegewezen publieksvenues in de stad. De 'Tour Experience Arrangementen' richten zich op de zakelijke markt en zijn een ideale manier om relaties te ontvangen of een uniek bedrijfsuitje te organiseren. Het basis borrelarrangement is eenvoudig uit te breiden met bites, lunch en/of diner. ■

Meer informatie over het BPU-activatieprogramma, de inhoud van de verschillende pijlers en de mogelijkheden is te vinden op www.businesspelotonutrecht.nl

Andere bestemming voor Nieuwegeinse kantoren

Wonen in plaats van werken

Nieuwegein krijgt veel waardering voor haar beleid om voormalige kantoren en kantoorlocaties om te zetten naar woningen. 'De stad stond met stip bovenaan de ranglijst van plaatsen met leegstand,' aldus wethouder Johan Gadella. 'De nood was hoog en daarom is al jaren geleden serieus werk gemaakt van herbestemming.' Met succes. Wat is het geheim van Nieuwegein?



TEKST HANS HAJÉE

Veel Nieuwegeinse kantoren dateren uit de jaren 80. 'Die lenen zich in bouwkundig opzicht vaak goed voor een bestemmingswijziging,' stelt Gadella. 'Ander cruciaal aspect is de locatie van het gebouw. Een leegstaand object in een kantorengedrag langs de snelweg is niet geschikt, een pand aan de rand van het centrum of vlakbij een ov-voorziening biedt veel meer perspectief.'

Maar de uiteindelijke sleutel is in handen van de eigenaar. 'Jarenlange leegstand kost geld, herontwikkeling ook,' zegt Michael van Iperen, hoofd afdeling Ruimtelijk Domein van de gemeente. 'Maar als deze investering op redelijke termijn terugverdiend wordt, kan de uiteindelijke rekenom positief zijn.'

Ondernemerszin

Een gemeente kan herbestemming niet afdwingen, wel maximaal faciliteren. En dat is wat Nieuwegein al jarenlang doet. 'Kaders en randvoorwaarden bij herontwikkeling zijn vooraf duidelijk, met voldoende ruimte voor eigen invulling en flexibiliteit. Ook hebben we een aantal

experts op het gebied van herbestemming in huis die elke case met ondernemerszin oppakken. Een vastgoedeigenaar weet hierdoor snel waar hij aan toe is.' Complicerende factor kan zijn dat panden soms gedeeltelijk leegstaan. 'Dat staat een functiewijziging in de weg. Wat kan helpen, is een "herverkaveling" van huurders en objecten. Zo wordt een gebouw vrijgemaakt voor een nieuwe bestemming.' Desgewenst speelt de gemeente bij zo'n proces een bemiddelende rol. 'Wij kennen de lokale kantorenmarkt immers als geen ander.'

Wapenfeiten

Succes trekt succes aan. De eerste woningen in voormalige Nieuwegeinse kantoren werden in korte tijd verkocht. 'Een belangrijk signaal naar de markt; rendabel herontwikkelen kan in Nieuwegein,' aldus Gadella. 'Dat leidde tot meer aanvragen en nieuwe transformaties.'

Recent wapenfeit is de nieuwbouw van een appartementencomplex met 42 woningen op de plek van het voormalige Rabokantoor aan de Nedereindseweg.

In april kregen de bewoners de sleutel. Diezelfde maand startte ook de verkoop voor een volgende transformatie. Dertien kantoorvilla's aan de Villawal worden omgebouwd tot 87 woningen met parkeerplaatsen in de kelder, balkons en een gemeenschappelijke binnentuin. Op de Bakenmonde in Lekboulevard zijn 106 huurappartementen in aanbouw van corporatie Jutphaas Wonen.

Starters en senioren

Inmiddels zijn op kantoorlocaties in Nieuwegein 309 woningen opgeleverd en zijn er nog 125 in aanbouw. Wethouder Gadella waarschuwt wel voor een te nadrukkelijke focus op één doelgroep. 'Aanvankelijk ging het vooral om kleine startersappartementen. Daar bleek grote behoefte aan. Op enig moment zal deze groep kopers echter "opdrogen". Daarom is het verstandig bij nieuwe herontwikkelingsprojecten ook andere doelgroepen aan te boren. Denk bijvoorbeeld aan senioren die kleiner willen wonen vlakbij stedelijke voorzieningen.' ■

BUSINESS FLITSEN

STARTUPS STIMULANS VOOR ECONOMIE

UtrechtInc is de incubator van Universiteit Utrecht, UMC Utrecht en Hogeschool Utrecht en ondersteunt onderzoekers, alumni en ondernemers bij het succesvol opzetten van hun bedrijf. In totaal gaf UtrechtInc al support aan 124 startups. Vorig jaar waren die bedrijven samen goed voor € 52 miljoen aan investeringen uit de markt en 630 banen. 'Mooie cijfers, maar daar draait het niet alleen om,' zegt directeur Roel Raatgever van de Utrechtse incubator. 'Ambitieuze ondernemerschap is essentieel om kennis en ideeën om te vormen tot innovaties die bijdragen aan een gezonde samenleving.' UtrechtInc richt zich sinds kort specifiek op startups met een focus op gezondheid, duurzaamheid en educatie.

UtrechtInc bestaat sinds 2009 en telt op dit moment



32 startups in huis en 54 succesvol uitgevlogen bedrijven. In 2014 werden graduates Distimo, AQTIS Medical, RailData en Looptijden.nl overgenomen en ging ArGEN-X naar de beurs. Samen hadden deze vijf bedrijven toen een marktwaarde van € 260 miljoen.

Naast coaching, kantoorruimte en training kunnen startups ook bij UtrechtInc terecht voor groeikapitaal. Het Rabo Pre-seed Fund bood aan 72 startups financiering van in totaal € 2,5 miljoen.

SPECIALISTEN BUNDELEN KRACHTEN

Biltstede Makelaars, specialist in aan- en verkoop van landgoederen en historische gebouwen is een samenwerking aangegaan met Van Lanschot Nannenga Naus Rentmeesters. Beide bedrijven maken gebruik van elkaars expertise. Het kantoor van Biltstede is verhuisd naar Driebruggen, één van de kantoorlocaties van Lanschot Nannenga Naus. Volgens rentmeester Jurjen Nannenga vullen beide bedrijven elkaar goed aan bij aan- en verkoop, herbesteding en beheer van landelijk vastgoed. 'Opdrachtgevers verwachten dat ook steeds meer. Een rentmeester moet verstand hebben van de

markt en een makelaar moet oog hebben voor het beheer en de verdien capaciteit van waardevol vastgoed. Een intensieve samenwerking was voor ons een logische stap. We spreken elkaars taal, dat is in het verleden al gebleken.'

'Samenwerken betekent in ons geval dat we elkaar verder versterken,' meldt Gert Jan Visser van Biltstede. 'De gecombineerde expertise van de twee bedrijven is uniek in Nederland en onze netwerken sluiten perfect op elkaar aan. Opdrachtgevers plukken daar direct de vruchten van.'

VERDERE VERDUURZAMING BIJ WOUDSCHOTEN

Wolter & Dros heeft de technische installaties bij Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum verder verduurzaamd. Voorheen verwarmden centrale ketels het tapwater. Door de lange leidingen naar de hotelkamers trad een energieverlies op van circa 30%. Met plaatsing van tapwaterboilers wordt gas bespaard, omdat deze boilers het tapwater op een hoog rendement verwarmen en minder transportverlies optreedt. De cv-installatie kan nu meestal op lage temperatuur functioneren. Het rendement van de ketel verbetert hierdoor met 4%. Wolter & Dros

moderniseerde ook de regeltechniek. De analoge en handmatige sturing is vervangen door digitale softwaretechniek. Dit levert zowel energiebesparing (8%) als CO₂-reductie op.

Beide investeringen dragen bij aan het Green Key-label van Woudschoten. De toepassing van tapwaterboilers zorgt jaarlijks voor 49 ton CO₂-reductie. De invoering van moderne regeltechniek levert 22 ton CO₂-reductie op. Bij elkaar is dit gelijk aan circa 20.800 m² bos dat geplant zou moeten worden ter compensatie.

VIANEN, Marconiweg 1



ca. 1.100 m² logistieke bedrijfsruimte v.v. 10 deuren op dockniveau plus ca. 150 m² kantoor op de verdieping.

voorzieningen:

- 18 m diepe laadkuil en buitenterrein
- vrije hoogte ca. 6 m
- heaters, krachtstroom en lichtstraat
- airco en tapijt in kantoor

Huurprijs € 59.500 per jaar

De Meern, Strijkviertel 63



330 tot 885 m² zeer energiezuinige nieuwe showroom-/kantoorruimte, (bouwjaar 2003). Beschikbaar voor kortere huurperiode(n).

voorzien van o.a.:

- WKO-installatie met vloerverwarming en -koeling
- tegelvloer, databekabeling, sanitair
- ruime parkeergelegenheden
- direct te betrekken

Huurprijs € 95 per m²

HARMELEN, Techniekweg 2



Via de nieuwe zuidwestelijke rondweg uitstekend bereikbaar multifunctioneel solitair gebouw. Totaal 963 m² kantoor/showroom in 2 bouwlagen en 187 m² bedrijfsruimte en tenminste 35 parkeerplaatsen (norm 1:25). Gelegen op 2 kavels van bijna 2.000 m².

Voorzieningen o.a.:

- HR+ glas, per kamer regelbare airco, zonwering
- brandmeldinstallatie en inbraakalarm

Koopsom € 1.150.00 k.k.

Huurprijzen en koopsommen zijn te vermeerderen met BTW, tenzij anders vermeld.

088 makelaar
(088 6253522)

www.ijsselstreekzakelijk.nl

De Meern | IJsselstein | Montfoort | Vianen
Wijk bij Duurstede | Woerden

Stadion Galgenwaard staat op 4 juli volledig in het teken van de Tour de France. De locatie pal langs het parcours van de individuele tijdrit maakt de Utrechtse voetbaltempel tot een perfecte plek voor wielersfans om de eerste etappe te volgen en de sfeer te proeven. 'Het is een unieke ervaring.'



Beleef de Tour de France in Stadion Galgenwaard

Een verbinding met de Grand Départ is voor FC Utrecht in meerdere opzichten logisch. 'De club is geworteld in stad en regio,' zegt Arnaud Miltenburg, Head of Sales van FC Utrecht Business. 'Als Utrecht een evenement van wereldfaam als de Tour de France binnenhaalt, denken wij als FC Utrecht Business zijnde graag mee.'

Emotie

Helemaal toen bleek dat de renners bij de proloog – een individuele tijdrit van ruim 13 kilometer – vlak langs Stadion Galgenwaard komen. 'Daar komt bij dat een aantal van onze partners een sterke link heeft met de wielersport. Verder was oud-wielrenner Gert Jakobs een aantal keren als spreker bij ons

te gast. Zowel in de skyboxen als tijdens een recent evenement in Het Spoorwegmuseum. Je merkt in de beleving rond voetbal en wielrennen veel overeenkomsten. Fans zijn in beide gevallen enorm betrokken. Emotie speelt een belangrijke rol.'

In de watten

Alle reden voor FC Utrecht om samen met huiscateraar Maison van den Boer op 4 juli een aantrekkelijk programma samen te stellen. 'Van 11.00 tot 19.00 uur is het stadion geopend en worden gasten in de watten gelegd. Er is keuze uit twee arrangementen (zie kader).' Gasten hoeven alleen maar even naar buiten te lopen om de sfeer te proeven en de renners aan te moedigen. 'Omdat het een tijdrit betreft, is er continu wat te zien. Een groot scherm maakt de beleving compleet. In het Stadion kunnen mensen rustig genieten van een hapje en een drankje in Toursfeer, compleet met Franse muziek. Op aanvraag zijn voor grotere groepen afzonderlijke ruimtes beschikbaar en wordt er een programma op maat samengesteld.'

Andere orde

De verwachtingen rond de Grand Départ zijn bij FC Utrecht hooggespannen. 'Jaren

ARRANGEMENT MAILLOT JAUNE

Voor 295 euro wordt een uitgebreid viergangen menu geserveerd met Franse invloeden. Aan uw persoonlijke tafel kunt u op een informele en sportieve manier uw gasten ontvangen. Met heerlijke wijnen, sfeervol gedekte tafels en vele associaties met de Tour de France, beleef u Frankrijk in Utrecht.

ARRANGEMENT CLUB D'AFFAIRES

Voor 175 euro kunt u de gehele dag genieten van verschillende culinaire verrassingen. Zo wordt er middels een heerlijk buffet een smakelijke lunch verzorgd en kunt u onbeperkt gebruik maken van het Hollandse drankenassortiment.

geleden hebben we in Utrecht al de Giro meegemaakt, maar de Tour de France is van een andere orde,' weet Miltenburg. 'Het is een van de belangrijkste sportevenementen ter wereld. Als je dat kunt beleven in een unieke entourage op een van de beste plekken langs de route, zorgt dat echt voor een unieke ervaring.' Meer informatie over de mogelijkheden? Neem contact op met FC Utrecht Business via 030-8885504 of business@fcutrecht.nl of ■

Ontwerpbesluit overgangsrecht transitievergoeding

Vanaf 1 juli 2015 krijgen we te maken met ingrijpende veranderingen in het ontslagrecht, waaronder de introductie van de transitievergoeding. Deze vergoeding is verschuldigd bij het beëindigen van de arbeidsovereenkomst na een dienstverband van 24 maanden of langer. Dit geldt ongeacht de vraag of sprake is van een tijdelijk of een vast dienstverband. De transitievergoeding bedraagt 1/6 maandsalaris per half dienstjaar; vanaf een tienjarig dienstverband gaat het om 1/4 maandsalaris per half dienstjaar. Voor medewerkers van vijftig jaar of ouder die al langer dan tien jaar in dienst zijn, geldt een overgangsregeling.

Naast de transitievergoeding kan de werkgever verplicht zijn om vergoedingen (en voorzieningen) aan werknemers te betalen op grond van een cao, een sociaal plan of individuele afspraken. Om dubbele betalingen bij ontslag te voorkomen, ligt een overgangsregeling voor advies bij de Raad van State. Het uitgangspunt van de overgangsregeling is dat de transitievergoeding alleen verschuldigd is wanneer de werknemer schriftelijk verklaart dat hij afstand doet van zijn recht op vergoedingen of voorzieningen op grond van lopende afspraken. Bij 'vergoedingen' kan gedacht worden aan een ontslagvergoeding. Onder 'voorzieningen' vallen alle afspraken die niet onder 'vergoedingen' vallen, zoals afspraken



mr Ilse Witte

Van Benthem & Keulen Advocaten
& Notariaat
ilsewitte@vbk.nl

over scholing of een outplacement-traject. Het recht van de werknemer op de transitievergoeding vervalt wanneer hij uitdrukkelijk kiest voor het gebruik maken van de vergoedingen of voorzieningen. Ook wanneer de werknemer geen keuze maakt, vervalt het recht op de transitievergoeding.

De werkgever dient de werknemer schriftelijk te informeren zodat deze een weloverwogen keuze kan maken. Deze informatie moet zien op de con-

sequenties van de keuze, de termijn waarbinnen de werknemer zijn keuze kenbaar moet maken, de hoogte van de toepasselijke transitievergoeding en op de vergoedingen en voorzieningen waarop de werknemer recht zou hebben op grond van de lopende afspraken. De werknemer moet binnen twee weken na de informatieverstrekking een keuze maken. Heeft de werkgever niet of onvoldoende aan zijn informatieplicht voldaan? Dan heeft de werknemer de mogelijkheid zijn (eerdere) verklaring schriftelijk te herroepen.

De overgangsregeling geldt alleen voor afspraken die al op 1 juli 2015 van kracht zijn en geldt tot uiterlijk 1 juli 2016. Voor de werknemer is de regeling van toepassing zolang hij rechten kan onttelen aan de vergoedingen of voorzieningen die voortkomen uit de individuele afspraken. De einddatum van 1 juli 2016 geldt voor de werknemer dus niet. ■

Op de huid van Remco Pouw

'Ik heb bewondering voor mensen die anders leven'

Producten kun je exporteren, diensten niet. Studentenuitzendbureau SUSA bewijst het tegendeel. Sinds begin dit jaar leveren zij met hun poolconcept honderden studenten voor klantcontactcentra van Deutsche Telekom in Duitsland. Een megadeal die vanuit het SUSA-kantoor aan de Maliebaan werd gesloten en aantoont dat tijden veranderen. 'Specialisatie, flexibiliteit en innovatie zorgen nu voor grensoverschrijdende samenwerking,' aldus algemeen directeur Remco Pouw. 'Bovendien doen fysieke aanwezigheid, omvang en status er minder toe.'

TEKST **MART RIENSTRA** FOTOGRAFIE **MARNIX SCHMIDT**

SUSA telde tot voor kort 14 vestigingen in Nederland. Nu nog maar één. Waarom?

Omdat we ons vier jaar geleden realiseerden dat 'dichtbij de klant' een erg relatief begrip werd. Daarom hebben we onze strategie gewijzigd, onze vestigingen gesloten en worden alle operaties vanuit een centraal hoofdkantoor geleid. Door innovaties in onze infrastructuur en organisatie kunnen wij nu plaats-onafhankelijk uitzenden. Toen Deutsche Telekom op basis van een aantal best practises via T-Mobile Nederland voor een pilot met SUSA koos, moesten wij binnen zes weken ons poolconcept met 60 studenten uit de grond stampen. In Leipzig, wel te verstaan; op ruim 600 kilometer van Utrecht. Maar met social media in de ene en een moderne infrastructuur – en veel creativiteit – in de andere hand, slaagden wij cum laude voor deze uitdaging.

De deal met Deutsche Telekom bewijst tevens dat multinationals niet uitsluitend zakendoen met andere grote concerns. Is dat ook een nieuwe tendens?

Absoluut. In Nederland zien we dit beeld overigens al langer. Ook wij werken als relatief kleine uitzender samen met bedrijven als ABN Amro, T-Mobile en energiedirect.nl. Het toont aan dat omvangrijke organisaties de toegevoegde waarde erkennen van kleine, gespecialiseerde spelers. Dat is niet alleen een positieve tendens, ook een terechte.

Wat wilt u over vijf jaar bereikt hebben?

Dan ben ik 61 en wil ik mijn handen meer vrij hebben. Daarvoor is het nodig dat het bedrijf ook draait zonder mijn dagelijkse betrokkenheid bij de operatie. Een termijn van vijf jaar lijkt wat dat betreft alleszins reëel; we zetten nu al flinke stappen in de goede richting. De organisatie groeit, is volwassen en werkt uiterst professioneel. Over tien jaar zou mijn dochter de zaak wel eens kunnen overnemen; dat is vanzelfsprekend een aantrekkelijk perspectief. En dan? Ik ga in ieder geval niet golfen tot mijn dood!

Wat is uw grootste talent?

Mijn 'omdenken'. Ik zie alles ook van de andere kant. Dus als de spiraal neer-

waarts is, vertaal ik de situatie al snel in uitdagingen en oplossingen. Maar als de organisatie groeit als kool ben ik mij ook bewust van alle gevaren die op de loer liggen. Zoals nu, met een groei van 30% in vergelijking tot het eerste kwartaal van 2014. Dan vraag ik mij af hoe deze toename goed te managen is. Een ander talent is dat ik conceptueel sterk ben. Ik denk in formats en voorzie ontwikkelingen. Dat SUSA als organisatie nu staat als een huis, komt ook omdat we jaren geleden bewust afscheid hebben genomen van een aantal traditionele visies, bijvoorbeeld het denken in vestigingen. Met de huidige infrastructuur is niet Nederland maar de wereld ons nieuwe afzetgebied.

Wie verdient een lintje en waarom?

De Paus. Ik heb niets met religie, maar hij is een verademing. Deze man is transparanter en realistischer dan al zijn voorgangers samen. Hij wil vastgeroeste structuren doorbreken, net als indertijd Gorbatsjov dat wilde met voormalig Sovjet-Unie. Of het hem lukt? Eigenlijk hoop ik van niet, anders krijgt de kerk straks weer meer volgelingen.

Wat is uw favoriete stad?

Utrecht. Ik ben geboren in Alkmaar, ook een mooie stad. Maar hier ben ik gaan studeren, in deze stad beleefde ik mijn *coming of age*. De stad telt daardoor talloze dierbare plekjes, waarvan de Maliebaan er zeker een is. Nu mijn dochter ook hier woont, neemt mijn gevoel voor de stad nog verder toe. Natuurlijk is Amsterdam een wereldstad, maar het voordeel van Utrecht is dat je een dagje Amsterdam kan doen. Andersom is volstrekt uitgesloten.

Wat is uw favoriete muziek?

Het complete oeuvre van Neil Young. Ik heb die man ooit in Ahoy gezien, in de jaren tachtig. Daar stond hij, solo met zijn gitaar; je kon een speld horen vallen. Hij is misschien niet de vrolijkste Frans maar voor mij is hij een held.

Hoe ziet uw ideale zondagmiddag eruit?

Die breng ik stevast door in het bos; altijd met een flinke wandeling met mijn vrouw. En als het even kan, speel ik

wat op mijn gitaar. Maar dat doe ik niet alleen op zondag...

Als u geen ondernemer zou zijn geworden, wat dan wel?

Wellicht een zwerver. Dan zou ik de opvolger zijn geweest van Cochijs, de bekende Utrechtse straatmuzikant met de dwarsfluit. Ik zou dan vanzelfsprekend op mijn gitaar hebben gespeeld, heerlijk. Ik heb sowieso bewondering voor mensen die het leven leiden op een 'andere' manier. Zwervers worden vaak als zielig bestempeld. Is dat terecht? Vergeet niet, in tegenstelling tot ons leven zij zonder hiërarchie, zonder baas, zonder vaste structuren. Eigenlijk is het

'Door innovaties in onze infrastructuur en organisatie kunnen wij nu plaats-onafhankelijk uitzenden.'

de meest ultieme vorm van vrijheid. Ik weet dat mijn medewerkers positief zijn over de ruimte en vrijheid die ze hier krijgen, maar mijn utopie is een organisatie zonder regels, zonder hiërarchische structuren. Of groter gedacht, een functionerende anarchie, als samenleving. Maar dit kan uitsluitend op basis van respect en beschaving. Dus ja...

Waar bent u laatst van geschrokken?

Het militante religieus fanatisme, daar schrik ik nog dagelijks van. Als je cartoonisten overhoop schiet omdat ze je God kwetsten of 148 studenten vermoordt omdat ze anders denken, dan ben je de draad toch echt flink kwijt. Daarbij gaat het mij niet specifiek om de islam, maar om alle religies. Ik dacht dat wij afscheid hadden genomen van de kwade kant van religies maar het tegendeel blijkt waar. Overigens, ik schrik van elke vorm van fanatisme. Het schakelt de rede en daarmee de redelijkheid uit. ■

Het zou met de Utrechtse inborst te maken kunnen hebben, denkt Peter Prins. 'Wij gunnen elkaar in Utrecht wel wat. Dan gun je ook dat mensen die hulp nodig hebben, die hulp krijgen.' De directeur van Prins Schoonmaakdiensten is een van de 'social business incubators' van De Slinger Utrecht. Samen met enkele andere Utrechtse ondernemers adviseert hij op verzoek van De Slinger maatschappelijke initiatieven. Zo adviseerde hij vorige maand met de collega-incubators de Dierenvoedselbank in Zuilen bij het professionaliseren van hun organisatie.



Peter Prins, directeur Prins Schoonmaakdiensten

'In Utrecht gunnen we elkaar wat'

TEKST EN FOTOGRAFIE ARNOUD CORNELISSEN

Prins rolde per ongeluk in de wereld van de schoonmaak. Zijn oom Tino zette de onderneming in 1976 op. In 1991 haalde hij zijn neef Peter binnen. 'Ik ben begonnen als schoonmaker/glazenwasser en heb me in de organisatie omhooggewerkt.' Sinds 1998 heeft hij een leidinggevende functie; in 2007 nam hij de onderneming van zijn oom over. Er werken inmiddels 150 mensen. 'Niet allemaal fulltime natuurlijk. Maar er staan wel 150 gezinnen achter, waar ik mede verantwoordelijk voor ben.'

Drijfveer

Dat gevoel van verantwoordelijkheid voor anderen zit van nature in Peter Prins. Hij sloot zich bijvoorbeeld aan bij de Junior Kamer in Utrecht, een organisatie die zich richt op persoonlijke ontwikkeling en hierbij vele maatschappelijke projecten ondersteunt. 'Het heeft ermee te maken hoe je in het leven staat. Er zijn mensen in de samenleving die het minder hebben getroffen dan wij. Dan is

het fijn als je wat voor hen kunt doen. Ieder mens heeft op een bepaald moment de hulp van een ander nodig. Dan is het goed als iemand voor je klaarstaat op het moment dat jij die hulp nodig hebt. Dat is voor mij de drijfveer om maatschappelijk betrokken te ondernemen. Ik kan nu helpen.'

Hoger op de ladder

Maatschappelijk betrokken ondernemen gaat volgens Prins verder dan op bepaalde momenten leuke dingen doen met een maatschappelijk nut. 'Prima hoor, als je met je medewerkers op een zaterdag vrijwilligerswerk doet. Maar mijn mensen hebben een fysiek zwaar beroep. Moet ik ze dan ook nog eens in hun vrije tijd vragen voor een klus? Ik vind dat ik in eerste instantie een goed arbeidsklimaat moet bieden. Je moet medewerkers dus bijvoorbeeld een reële hoeveelheid tijd geven om een schoonmaakklus te klaren. Ook moet ik voor ze klaar staan als er problemen zijn, er even langs

gaan als iemand ziek is. Dan willen medewerkers ook best voor jou een stapje harder lopen. Het moet van twee kanten komen. We bieden onze mensen ook opleidingen, zodat ze zich kunnen ontwikkelen en hoger op de maatschappelijke ladder kunnen komen. Daar zijn ze trots op. Ook dat is maatschappelijk betrokken ondernemen.'

Blijven groeien

'Ik wil niet het goedkoopste schoonmaakbedrijf zijn,' zegt Prins. 'Ik ben wel eens klanten verloren op grond van de prijs. Een aantal daarvan is later weer teruggekomen, omdat ze merkten dat ook kwaliteit belangrijk is. Het resultaat is dat de onderneming de afgelopen jaren tegen de markt in is blijven groeien. Maar het heeft er ook mee te maken dat het werk ons wordt gegund hier in Utrecht. We doen veel zaken onder elkaar, we gunnen elkaar iets en dat komt terug in het sociale gezicht. Want ook op dat vlak gunnen we elkaar wat.'

'Provincies en gemeenten: aan de slag met Retailagenda!'

Om te zorgen dat de detailhandel een gezonde en kansrijke sector blijft én om de consument goed te blijven bedienen, presenteren overheid en marktpartijen recent de Retailagenda aan minister Kamp. Afspraken met vijftig gemeenten in RetailDeals voor toekomstbestendige winkelgebieden. Minder leegstand door marktconforme winkelhuren. Meer ruimte om winkels te combineren met horeca. En extra scholing voor het winkelpersoneel. Dat zijn de belangrijkste afspraken tussen marktpartijen en overheden vastgelegd in de Retailagenda.



MKB-Nederland en VNO-NCW steunen deze afspraken en roepen gemeenten en provincies op tot een voortvarende uitvoering. De Retailagenda geeft deze overheden genoeg handvatten om actief aan de slag te gaan. Op locaties zonder perspectief worden winkelmeters gereduceerd. In een aantal gemeenten wordt gestart met minder en lichtere regels voor winkelgebieden, mogelijk gemaakt door experimenteerruimte. Voor een goede uitvoering van alle afspraken is het noodzakelijk dat de provincie de regierol op zich neemt, stellen de ondernemersorganisaties.

Compacte en levendige binnenstad

Door de Retailagenda worden winkelgebieden compacter en extra aantrekkelijk. Nu staat 7,5% van de winkels leeg en bestaat 30% van het winkelloppervlakte uit overcapaciteit. Nog dit jaar maken vijftig gemeenten afspraken in zogenaamde RetailDeals om ondernemers kansen te bieden en om de leegstand tegen te gaan. In plaats van winkelhuren te baseren op historische prijzen spreken

verhuurders en winkeliers af om marktconforme huren toe te passen. Ook gaat een aantal gemeenten met vastgoedeigenaren en winkeliers aan de slag om overbodige vierkante meters winkelruimte terug te dringen.

Daarnaast start het kabinet een experiment met twaalf gemeenten om regels te verminderen. Hierdoor kunnen ondernemers makkelijker horecafiliteiten en dienstverlening in hun winkel combineren. Dat draagt bij aan een levendige binnenstad. Bovendien maken werknemers en werkgevers voor de zomer afspraken om het winkelpersoneel scholing te bieden, zodat ook de groeiende kansen van online verkoop kunnen worden benut. Doel is om winkelmedewerkers beter toe te rusten op de veranderende behoeften van de consument.

Voortgang bewaken

Om winkels aantrekkelijk te houden voor het publiek zijn investeringen nodig. Naast reguliere financiering zijn bijvoorbeeld kredieten beschikbaar via Qredits met ondersteuning van EZ. Een positieve ontwikkeling is verder

dat het Pensioenfonds Detailhandel veertig miljoen euro investeert in het MKB Impulsfonds. Uit dit fonds kunnen vernieuwende plannen van winkeliers gefinancierd worden.

Om de voortgang van de Retailagenda te bewaken, blijven winkeliers, verhuurders, gemeenten en EZ drie jaar samenwerken in de Regiegroep Retailagenda. Ook wordt een RetailTeam opgericht om organisaties met gerichte expertise te begeleiden bij de uitvoering van de afspraken.

Verandering

MKB-Nederland en VNO-NCW zijn blij dat met de Retailagenda gewerkt kan worden aan de toekomst. De detailhandel, de grootste private werkgever van Nederland, verandert in een hoog tempo door ontwikkelingen als veranderd consumentengedrag en veranderende behoefte aan winkelruimte. Veilige en vitale winkelgebieden zijn op hun beurt weer onmisbaar voor de bedrijvigheid en leefbaarheid van een stad, aldus de ondernemersorganisaties. ■

UIT UIT! UIT UIT! U

THEATERSPEKTAKEL BIJ ROMEINS CASTELLUM

NUT (Nieuw Utrechts Toneel) is het wijkgezelschap van Leidsche Rijn. De overwegend jonge theatermakers maken graag voorstellingen op bijzondere locaties. Zo speelden ze hun vorige productie *Geluk* bovenop het dak van de A2. Voor *Geheim* staat een andere, bijzondere plek centraal: het nieuwe Castellum Hoge Woerd. Dit aan de rand van het Maxima Park gelegen 'nieuwbouwfors' wordt deze zomer geopend. Het staat op de exacte locatie waar ruim 2000 jaar geleden een oud Castellum stond. Voorafgaand aan de officiële opening speelt NUT hier haar *Geheim*; een voorstelling over mooie auto's, snelle seks, een ongewenst kind en een geheim uit 1923. Als een kistje wordt opgegraven met een goed bewaard geheim wordt de geschiedenis na 92 jaar eindelijk rechtgezet.

Te zien van 7 t/m 24 mei in Castellum Hoge Woerd aan de Groenedijk in Leidsche Rijn.
www.nieuwutrechtstoneel.nl



GRAND DÉPART!

Voor wie het nog niet weet: op 4 juli vertrekt de Tour de France vanuit Utrecht. En dus pakt de Domstad flink uit. Tal van activiteiten vergezellen dit internationale wielerspektakel, waaronder ook diverse culturele hoogtepunten. Wat dacht u van de literaire wielershow *Muur on Tour* met Ronald Giphart, Wilfred de Jong en Mart Smeets? Of van de tentoonstelling 140 jaar fietscultuur in de Domstad in het Utrechts Archief? Andere aanraders zijn de gratis *Tournee de la Musique* op het Domein, het Internationale Tour Film Festival in het Louis Hartlooper Complex en het optreden van de Duitse Kraftwerk. Bandleider Ralf Hütter is fervent liefhebber van de wielersport. Daarom maakte hij in 2003 het alom geprezen album *Tour de France*. Nu wil hij dit per se – aan de vooravond van de Grand Départ in Utrecht – nog eens ten gehore brengen.

www.utrecht2015.com

JANINE JANSEN EN HAAR MUZIKALE VRIENDEN

Eind juni keert Janine Jansen met haar internationale muzikvrienden terug in Utrecht. Vijf dagen lang is het feest in de stad met kamermuziek op het allerhoogste niveau. Naast in TivoliVredenburg zijn er concerten op allerlei bijzondere plekken in de binnenstad. Wat staat zoal op het programma? Wat dacht u van alle dertig Goldbergvarianten van Johann Sebastian Bach, of een speciale Hungarian Night, of een wel heel bijzondere uitvoering van Haydn's Die sieben letzten Worte voor strijkkwartet en zangkwartet? Op zondag 28 juni is er een kamermuziekmarathon in TivoliVredenburg. Tijdens het slotconcert zullen de Fancy Fiddlers samen met Janine en haar muzikvrienden onder andere *De vier jaargetijden* van Astor Piazzolla uitvoeren.

Te zien van 24 t/m 28 juni op diverse podia in Utrecht.
www.kamermuziekfestival.nl

Foto Marco Borggreve

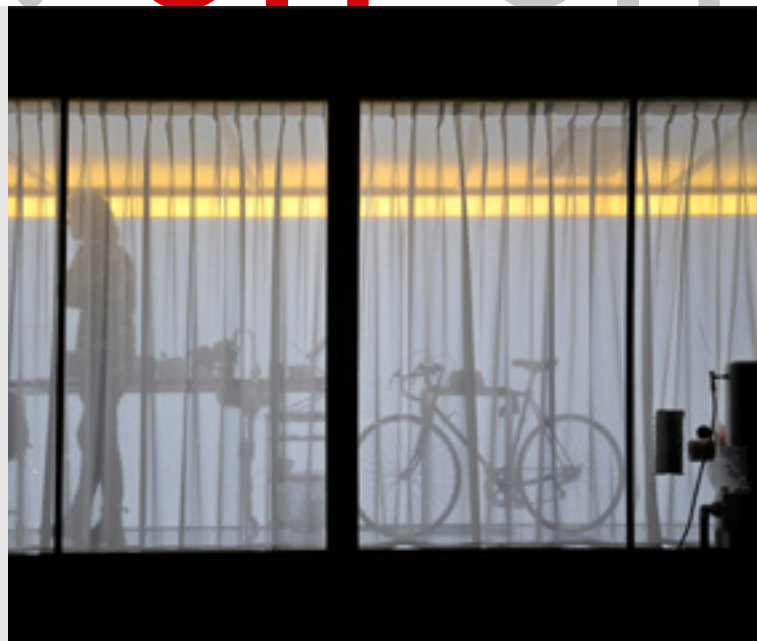


IT **UIT** UIT! **UIT** UIT

SPRING **EXPERIMENTEERT**

Van 21 t/m 30 mei vindt in Utrecht de derde editie van SPRING Performing Arts Festival plaats. Dit cross-overfestival programmeert vernieuwende (inter)nationale theatermakers en choreografen. Wat hen bindt, is dat ze jong (van geest) zijn, artistieke risico's durven te nemen en graag experimenteren met vormen en kunstdisciplines. Dat maakt SPRING uniek in Nederland en eigenlijk een must voor iedere kunstliefhebber die daadwerkelijk van vernieuwing houdt. Naast tal van internationale namen programmeert SPRING ook dit jaar weer lokale artistieke helden als Dries Verhoeven en Theater Utrecht (zie verderop in deze agenda). Voor de installatie Wanna Play? (liefde in tijden van Grindr) leeft Verhoeven tien dagen achtereenvolgens in een glazen huis op de Neude. Verhoeven wil hiermee het gesprek openen over de invloed van het web en 24/7 online zijn op onze fantasieën en beleving van intimiteit.

Te zien van 21 t/m 30 mei. www.springutrecht.nl



DE VERLEIDERS: HET FESTIVAL

De Utrechtse Stadsschouwburg is drie weken lang het decor van DE VERLEIDERS. U weet wel, dat bonte gezelschap topacteurs onder leiding van schrijver/acteur George van Houts dat steevast het frauduleuze zakenleven onder de loep neemt. En stevig bekritiseert. Het begon allemaal met De Casanova's van de vastgoedfraude in de winter van 2012. Deze productie met onder andere Pierre Bokma, Victor Low en Leopold de Witte oogstte zoveel bijval dat Van Houts meteen een opvolger schreef: De val van een super-man, over voormalig Ahold-CEO Cees van der Hoeven. Ook toen met dezelfde topbezetting en terugkerende thema's als verleiding en hebzucht. Nu wordt de trilogie voltooid met Door de bank genomen, over geld en het beheer ervan. Tijdens dit festival – uniek in Nederland – zijn alle drie de voorstellingen achter elkaar te zien. En zoals het hoort bij een festival worden de producties gelardeerd met spraakmakende extraatjes en energerende netwerkborrels. Boek snel, want op=op!

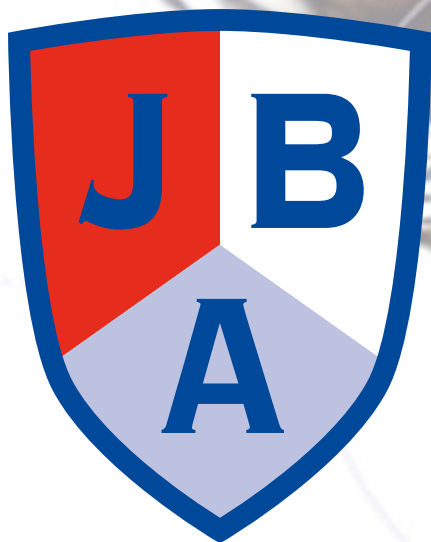
Te zien van 17 juni t/m 4 juli in de Stadsschouwburg Utrecht. www.deverleiders.nl

COMPLEXE RELATIES HAARFIJN IN BEELD

Sinds het aantreden van de relatief jonge, maar veelbelovende regisseur en alleskunner Thibaud Delpout gebeurt er wat met Theater Utrecht. Maakte dit Utrechtse gezelschap onder Jos Thie vooral brave, groteske producties, Delpout houdt liever van bijzonder en op locatie. Stad der Blinden is daar opnieuw een voorbeeld van. Het is een indringende, muzikale voorstelling die wordt opgevoerd op diverse festivals en locaties, zoals in een hal op de Utrechtse Elektronenweg. Ook deze keer brengt Delpout op basis van een relatief eenvoudig verhaal de complexe menselijke relaties haarfijn en onverbloemd in beeld. Het is in die zin te vergelijken met het eerdere locatieproject Nacht op de stranden van Oerol. Een voorstelling die waanzinnig mooi gestileerd was en door pers en publiek terecht enthousiast werd ontvangen.

Te zien van 26 mei t/m 6 juni op de Elektronenweg in Utrecht. www.theaterutrecht.nl

UW VEILIGHEID ONZE ZORG



SECURITY

JBA SECURITY BV

FORNHESELAAN 124A

3734 GE, DEN DOLDER

T: 030 225 30 31

F: 030 225 30 27

INFO@JBA-SECURITY.NL

WWW.JBA-SECURITY.NL

Last van ongedierte, wij lossen het voor u op

Muizen, ratten, motten, bedwantsen, wespen of mollen.
Eén ding is duidelijk: dit ongedierte ziet u liever niet
in of bij uw huis. Signaleert u toch ongedierte in uw
leefomgeving? Dan heeft u bij Lagerwey bestrijding en
bescherming aan één telefoontje voldoende.



ongedierte

Lagerwey

bestrijding & bescherming

Fokkerstraat 18 Veenendaal

Tel. 0318 - 57 28 59

www.lagerweybv.nl

ongediertebestrijding - houtaantasterbestrijding - zwambestrijding - hittebehandeling

Door de beperkte beschikbaarheid van bestrijdingsmiddelen, die voortkomt uit een strikter toelatingsbeleid van de overheid, is er steeds vaker overlast van ratten. Niet alleen rondom huizen, ook bedrijven krijgen hier vaker mee te maken. Van stankoverlast tot een complete bedrijfsbrand, deze ongenode gasten hou je liever buiten de deur.



Houd ongenode gasten buiten de deur

Waar mensen en dieren leven, komen knaagdieren ook voor. Met name de rat boezemt bij veel mensen angst in. Ratten kunnen diverse ziekten overbrengen als de ziekte van Weil en paratyphus, maar ook schade aanrichten aan kabels en buizen. Door de zachte winter in 2014 blijken er dit jaar zelfs meer knaagdieren actief te zijn dan normaal en er wordt gevreesd dat deze overlast alleen nog maar zal toenemen doordat de beschikbaarheid van bestrijdingsmiddelen beperkter zijn.

Potlood

Overlast van knaagdieren kan diverse oorzaken hebben. Muizen kunnen bijvoorbeeld door de kleinste gaatjes komen. Een ruimte zo dik als een potlood is vaak al voldoende om naar binnen te glippen. Het is dus belangrijk om gaten dicht te maken. Denk hierbij ook aan openingen in luchtroosters, maar ook aan naden en kieren. Zo lang de knaagdieren toegang hebben tot water, warmte, voed-

sel en onderdak, is dat een goede reden om binnen te komen. Zorg daarom dat alle toegangen worden gesloten. Maar denk als bedrijf ook aan een schoon opslagbeleid of het nemen van kleine bouwkundige maatregelen met betrekking tot wering.

Integrated Pest Management (IPM)

Integrated Pest Management (IPM) wint snel aan terrein vanwege de focus op preventie en milieuvriendelijke bestrijdingstechnieken. Een verantwoorde plaagdierbeheersing gaat uit van de gedachte dat voorkomen beter is dan genezen. Wering in combinatie met preventie en monitoring is hierbij het beste uitgangspunt. Chemische middelen worden alleen als allerlaatste redmiddel ingezet. IPM houdt onder andere in dat een plan van aanpak wordt gehanteerd, een risico-inventarisatie wordt verricht en de getroffen maatregelen continu worden geëvalueerd. De Nederlandse

MELDPUNT

De Nederlandse Vereniging Plaagdiermanagement Bedrijven (NVPB) heeft een landelijk meldpunt voor rattenoverlast, waar zowel bedrijven en particulieren als professionele plaagdierbestrijders online anoniem aangeven dat zij overlast hebben en in welke regio. De NVPB wil zodoende cijfers verzamelen om duidelijk inzicht te krijgen over de toename van rattenoverlast. Heeft u overlast? Meld dit dan anoniem bij <http://www.nvpb.org/Meldpunt-rattenoverlast>

Vereniging Plaagdiermanagement Bedrijven (NVPB) omart deze basisprincipes om te komen tot een verantwoorde plaagdierbeheersing. Heeft u ook overlast van knaagdieren? Roep dan de hulp in van een ervaren plaagdierbestrijder. Deze kan mogelijke knelpunten aanwijzen en heel wat leed voorkomen. ■

Restaurant Diner

O! be some other name: What's in a name?

Zo'n anderhalf jaar geleden waren we ook in de Krommestraat te Amersfoort, destijds voor Blok's Restaurant. Ik had toen een beetje moeite met die on-Nederlandse apostrof - het moet natuurlijk Bloks zijn. De foutieve c.q. Engelse spelling bedekte ik met Shakespeares mantel der liefde. Hoewel op de naam Diner grammaticaal noch semantisch iets valt af te dingen, moet mij dit van het hart: het is een van de saaiste restaurantnamen die ik in dertig jaar culinaire journalistiek boven een artikel gezet heb. Maar ik zal mij wederom vasthouden aan dit Angelsaksische gezegde: The proof of the pudding is in the eating.

TEKST JASON VAN DE VELTMAETE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

De twee naamgevers van dit restaurant zijn nog jong: Jerry van de Burgwal is 33, Jesper Kramp 27. Restaurant Diner bestaat bijna zes jaar. Hoewel Jerry eerst een andere compagnon had, is Jesper vanaf het prille begin bij de zaak betrokken; hij was toen net klaar met zijn opleiding. Anno 2015 is eigenaar/chef-kok Jerry lang niet altijd in Diner aanwezig, en hetzelfde geldt voor eigenaar/gastheer Jesper. Deze twee ondernemers hebben het druk: aan de overkant van de Krommestraat ligt hun 'gastrobar' Sloop (nummer 60); in het Gelderse dorp Barneveld hebben ze een restaurant dat in franchise gegeven is; bovendien runnen ze een boekhoudkantoor.

Veel energie

Dat die 'wine & dine' gelegenheid (Sloop) van dezelfde eigenaren is als Diner, is meer dan een saillant detail. Jerry: 'Toen dat pand te koop gezet werd, besloten we om eventuele concurrentie voor te zijn. We hebben in Diner een brede doelgroep, maar er zijn toch nog veel mensen die de drempel iets te hoog vinden. Vandaar dat we een nieuw concept verzonnen hebben voor de overkant: een soort gastrobar met een enigszins industriële inrichting, eenvoudige gerechten en veel open wijnen. Veel mensen komen daar "even" eten of aan de bar zitten. Naar Diner komt men voor een avondvullend programma. Het gat tussen eetcafés en sterrenzaken vonden wij veel te groot. In ons concept wordt op topniveau gewerkt voor mensen die iets minder uit willen geven dan in een toprestaurant. Wij steken heel veel energie in de wat goedkopere ingrediënten, zodat we van een betaalbaar gerecht toch iets moois kunnen maken.'

Jesper: 'We leggen veel ingrediënten op het bord, met diverse smaken en bereidingen. Omwille van de prijs-kwaliteitverhouding moeten we kiezen voor ingrediënten die meer bewerking nodig hebben. Een duur ingrediënt zoals truffel overdondert uit zichzelf, maar



Jason van de Veltmaete schrijft al vele jaren op persoonlijke titel deze

culinaire rubriek. Op basis van zijn bevindingen krijgen restaurants een ruime plaats in Utrecht Business.

Top Drie 2014-2015

1. Podium (14/2)
2. Karel V (15/1)
3. Simple (14/6)

keuken

- 9,0
- 9,0
- 8,5

ambiance

- 9,5
- 9,0
- 8,5

In 2014-2015 ook besproken: Diner (15/2), Ripassa (14/5), Wilhelminapark (14/4), Beyerick (14/3), Brocante (14/1).

wij willen juist door middel van de bereiding smaakexplosies teweegbrengen. De gasten moeten het gevoel krijgen dat ze echt iets bijzonders zitten te eten. Iets dat thuis niet gaat lukken. Zij moeten onder de indruk zijn. Alles moet op het bord liggen: zoet, zuur, bitter, krokant, zacht, smeug... Het moet een beleving zijn. Elke hap moet anders zijn. We zijn elke dag op zoek naar nieuwe producten en nieuwe smaken.'

Welnu, in hoeverre was ik onder de indruk van de in olijfolie zacht gegaarde makreel? Een reepje van deze vette vis lag op bulgur met kurkuma en steranijs. Olie van merguezworstjes en crème van daslook gaven dit voorgerecht viriele toonaarden; het zuur van plakjes komkommer nam de vette ondertoon weg. Een glas Riesling weefde ragfijn verguld staal door de manhaftige smaken.

Wellington

Ook het tussengerecht was een kwestie van viribus unitis. De krokant gebakken zwezerik met kwartelei, voorzien van mosterdcrème, bundelzwammen, gebrande prei en een 'crunch' van zwarte sesam en gepofte rijst, was in zijn verstrengeling van smaken machtig en verrassend. Zo 'anders' dat ik mij graag liet adviseren door de sommelier. Gelukkig loopt in Diner een vinoloog rond die – mits uitgedaagd – gepassioneerd een wijnadvis toelicht. 'Zijn' pinot noir (Markus Molitor, 2009, Hans Klosterberg) bleek een goede keuze: intrigerend, met een complex parfum en een mooie nagalm. Zich bescheiden manifesterend, bevrijdde deze wijn de door goedbedoelende metgezellen ingeklemde zwezerik. Het moge duidelijk zijn: ik ben een liefhebber van veritabel. Ik houd van mooie producten die weinig ondersteuning of embellisering behoeven. Maar ik kan begrip opbrengen voor de filosofie die in de keuken van Diner gehanteerd wordt. De makreel stond op de kaart voor € 9,75; de zwezerik voor € 10,25. Het hoofdgerecht, 'hert en Wellington', kostte € 20,50.

Wellington... Die hertog is – dankzij Britse propaganda – op een veel te hoog voetstuk geplaatst. Ware het niet voor de Pruisische maarschalk Von Blücher, had Wellington bij Waterloo een formidabel pak slaag gekregen van Napoleon. Maar dat terzijde. Het gerecht Beef Wellington is buitengewoon bewerkelijk. Jerry: 'We maken de keuze om er veel tijd in te steken. We hebben jongens in de keuken staan die vooruit willen en zichzelf uitdagen. In plaats van de dure ossenhaas gebruiken we hert, of gehakt, zoals aan de overkant, in Sloop.'

Hert dus, gestoofd in bladerdeeg, omringd met spek. Tot zover prima, maar deze Wellington kreeg – net als de hertog op het slagveld – versterking uit onverwachte hoek: chocolade-crème, knolselderij, geconfijte paddenstoelen, gnocchi en schuim van cèpes. 'Dat zijn leuke, spannende combinaties,' aldus Jerry. 'Wij hebben gekozen voor traditioneel en klassiek. Om ons te onderscheiden, maar ook omdat we het zelf waarderen.' Ik vond het schuim visueel niet aantrekkelijk, en de chocolade deed het hert geweld aan.

Tijdgeest

De twee jonge mannen van Diner waaien niet met de trends mee; dat is op zich een pluspunt. In dit kleine restaurant, waar de sfeer het midden houdt tussen hartelijk en zakelijk, kunnen gasten zich voor even ontworstelen aan de tijdgeest waarin 'licht', veritabel en biologisch de boventoon voeren. De kop boven dit artikel komt uit Romeo and Juliet. Shakespeare schreef ook: Come, I will go drink with you, but I cannot tarry diner. Voor restaurant Diner kunnen we best tijd vrijmaken.

Keuken: 7,0. Ambiance: 7,5. ■

Restaurant Diner

Krommestraat 55, Amersfoort
033-4651175

Deelnemers Zakenautotestdag winden zich niet op over weer

Het is voorjaar. Dat betekent dat de Zakenautotestdag van Utrecht Business op de agenda staat. Normaal gesproken kan dit evenement rekenen op prima weersomstandigheden. De testdag van 2015 gaat echter de boeken in als de 'winderige editie'. De grillen van Moeder Natuur deden geen afbreuk aan de dag zelf. Die was zeer geslaagd.



DEALERS

- Arval
- Car Plan
- Automobielbedrijf J. Damsté
- Flex Autolease
- Ford Utrecht
- Knoop Maarssen
- Kooijman Utrecht
- Neffkens Midden
- Utrechts Auto Bedrijf U.A.B.
- Vireo Auto

FOTOGRAFIE [KARIM DE GROOT](#)

Tijdens de Zakenautotestdag konden de testrijders kennis maken met een grote verscheidenheid aan modellen. De verschillende merken, types en uitvoeringen gaven een goede indruk van het actuele aanbod van zakenauto's. Voor alle voorkeuren, elke beurs en iedere functie was wel een passend alternatief aanwezig.

Groepsfoto

De testdag startte bij Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist.

Daar werden de dealers en testrijders ontvangen met een heerlijk lunchbuffet. Uitgever Michael van Munster heette iedereen welkom en na een korte briefing en de groepsfoto was het tijd om de auto's op te zoeken.

De eerste rit ging naar Restaurant 't Oude Tollhuys in Utrecht waar het gastvrije personeel voor een lekker kopje koffie en zoete hapjes zorgde. Het was voor de rijders ook de eerste gelegenheid om de testformulieren in te vullen.

Sightseeing

De tweede locatie was Hotel Ernst Sillem Hoeve in Den Dolder. Voor de echte liefhebbers was de weg naar het hotel dé perfecte gelegenheid om de auto's eens goed aan de tand te voelen. De route bevatte zowel een stuk snelweg als een aantal binnenweggetjes. Sommige deelnemers maakten van de gelegenheid gebruik om aan sightseeing te doen en een ommetje via Paleis Soestdijk te maken. Ook bij Hotel Ernst Sillem



DEELNEMERS

- Okkie Millaard, Benvalor
- Victor Beverloo, Biz2Be
- Jurjen Groot, CMS Derks Star Busmann
- Ramon Beuk, De Glazen Ruimte
- Gijs Poorter, Digitrage
- Harry Helwegen, Diligence
- Ruud Bijl, Gemeente Nieuwegein
- Chris Kemperman, WEA Deltaland
- Aron Laponder, H. van Dijkhuizen
- Justin Meijer, JUPE Software
- Lars Beckers, Kontakt der Kontinenten
- John Meijer, MijnMKB App
- André Verschoor, Reijneveld Engineering
- Robert Jan Stronkhorst, Schuiteman Accountants
- Roel Verhagen, Verhagen Dakbedekkingen
- Gerard Vriesenga, Solventium
- Eric Jansen, System Care ICT DYN
- Bert Bouman, System Care ICT DYN
- Ralf de Hamer, Teleson

LOCATIES

- Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum, Zeist
- Restaurant 't Oude Tolhuys, Utrecht
- Hotel Ernst Sillem Hoeve, Den Dolder



Hoeve werden de dealers en testrijders voorzien van een drankje en een hapje.

Avondspits

Na twee interessante presentaties ging de karavaan weer op pad. De laatste wissel was op de parkeerplaats aan de Spieghelweg in Leusden. Na een korte pauze vertrok de stoet weer in de richting van eindbestemming Woudschoten. Bij aankomst was er gelegenheid voor de testrijders om de auto's uit te proberen waar ze gedurende de dag nog niet in hadden kun-

nen rijden. Hier werd gretig gebruik van gemaakt. Dat sommige deelnemers daarbij in de Utrechtse avondspits terechtkwamen, mocht de pret niet drukken. De geslaagde dag werd afgesloten met een heerlijk 3-gangen diner. ■

Op de volgende pagina's een impressie van de ervaringen van de testrijders. Ook is een overzicht opgenomen met specificaties van de verschillende modellen. Bij de daarbij vermelde leasebedragen gaat het om full operational lease o.b.v. 30.000 km per jaar, 4 jaar, excl. BTW.



‘De BMW 428i is een strakke en sportieve auto met uitstraling.’



BMW 428i GRAN COUPÉ

LEASEMAATSCHAPPIJ: ARVAL AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: KOEN SWENNEN

Harry Helwegen: ‘De BMW 428i is een zeer representatieve auto met een stijlvolle en degelijke uitstraling. Met deze auto kun je prima bij iedere zakelijke afspraak verschijnen. Er hangt een stevig prijskaartje aan maar daar krijg je dan ook wel wat voor.’

Ralf de Hamer: ‘De BMW 428i is een strakke en sportieve auto met uitstraling. Een echte Duitse klassebak die ik graag voor mijn deur heb staan. BMW heeft een bepaald prijsniveau, maar de kwaliteit en uitstraling rechtvaardigen dit.’

Gerard Vriesenga: ‘Ik heb een hele goede indruk gekregen van de BMW 428. Je kunt met deze auto zowel rustig cruisen

als supersportief rijden. Het is een zeer comfortabele auto met fijne stoelen, zelfs voor iemand van mijn lengte. Zoals te doen gebruikelijk is BMW wat royaler geprijsd dan je zou willen, maar daar krijg je ook een exclusieve auto voor terug.’

Gijs Poorter: ‘De BMW 428i is een super-auto! Hij is helemaal af, zeer luxe en boordevol interessante opties. De head-up display voor de navigatie vind ik erg handig.’

Victor Beverloo: ‘Ik vind de BMW 428i een ontzettend gave auto. Hij ziet er echt heel mooi uit en is daarnaast ook erg representatief. De auto is aan de prijs, maar rijdt geweldig en is zeer compleet uitgerust.’



SPECIFICATIES

Merk: BMW
Model: 4-serie
Type: 428i Gran Coupé
Transmissie: Automaat
Cilinderinhoud: 2.0 liter
Vermogen: 245 pk
Koppel: 350 Nm

Verbruik: 1 op 15,8
Acceleratie (0 tot 100): 6,1 sec
Topsnelheid: 250 km/h
Uitrusting: Cruise control, navigatiesysteem Business, automatische airconditioning, Xenon koplampen, 17 inch lichtmetalen wielen,

multifunctioneel en met leer bekleed driespaaks stuurwiel, regen- en lichtsensor
Verkoopprijs: € 70.358,-
Leaseprijs: € 1.227,63
Vanafprijs: € 42.500,-
Informatie: www.arval.nl

PER KILOMETER

HOE MINDER U RIJDT, HOE LAGER UW KOSTEN.



Bijvoorbeeld:
**VOLKSWAGEN
UP**

€ 4,37 p/dag
€ 0,08 p/km

DE SLIMME LEASE OPLOSSING VOOR HET MKB

✓ Vaste lage prijs per kilometer ✓ Makkelijk opzegbaar contract ✓ Direct online uw leaseprijs berekenen ✓ De kwaliteit en service van Arval

Stel, u wilt als ondernemer altijd over een auto kunnen beschikken, maar gebruikt hem niet altijd even veel. Kies dan voor Arval's lease-oplossing voor mkb'ers en zzp'ers. De leaseprijs is opgesplitst in een laag maandbedrag en een vaste prijs per kilometer, dus u bepaalt zelf hoeveel uw leaseauto kost.

Bij Arval leest u een auto op basis van full operational lease. We nemen u alle zaken rondom lease uit handen, zodat u zich kunt focussen op waar u goed in bent. Daarnaast betaalt u ook geen hoge boete als u van uw contract af wilt. Lees hoe makkelijk dat gaat op onze website.

Kiest u voor Arval, dan kiest u kwaliteit en service. Negen keer werd Arval uitgeroepen tot leasemaatschappij met de hoogste klanttevredenheid. Met uw vaste accountmanager en driverteam staan wij voor u klaar.

Bereken uw leaseprijs en vraag een offerte aan op arvalperkilometer.nl en maak kans op een gratis halfjaarabonnement op Autoweek!



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

We care about cars. We care about you.

We ♥ PrintMedia



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

Bouwmeesterweg 52 | 3123 AA Schiedam T 010 247 6666 W www.balmedia.com E info@balmedia.com

 **BalMedia**

BUSINESS CLASS ECONOMY PRIJS



DE CITROËN C4 CACTUS EXTRA ZUINIG EN VANAF SLECHTS

14% BIJTELLING

€ 16.490

DE AUTO VOOR DE ZAKELIJKE RIJDER. BOORDEVOL INNOVATIES ALS AIRBUMP, AIRBAG IN ROOF EN MAGIC WASH RUITERSPROEIJERS. MAAK NU EEN PROEFRIJT IN DE ZUINIGE CITROËN C4 CACTUS BIJ DAMSTÉ.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE

www.citroen.nl

CITROËN prefereert **TOTAL**. Gem. verbruik: 3,1 - 4,6 l/100km; 21,7 - 32,3 km/l; CO₂: 82 - 107 g/km. Uitstoot- en brandstofgegevens zijn gebaseerd op tests die zijn uitgevoerd volgens EU-richtlijn 715/2007/CE. Verbruikscijfers kunnen onder normale omstandigheden afwijken door o.a.² extra uitrusting van de auto, bandenspanning, rijstijl en -omstandigheden en kwaliteit van het wegdek. De vanafprijs van € 16.490 is gebaseerd op de Citroën C4 Cactus VTi 82 Puretech en is incl. BTW en BPM, excl. recyclingsbijdrage, leges en kosten rijklaar maken (zie voor kosten en verkoopvoorwaarden citroen.nl). Prijs-, specificatie- en fiscale wijzigingen voorbehouden. Afgebeeld model kan afwijken van het standaardmodel.



'De prijs/kwaliteit-verhouding is erg goed, je krijgt veel auto voor je geld.'



CITROËN C4 CACTUS

DEALER: AUTOMOBIELBEDRIJF J. DAMSTÉ
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: KOEN SWENNEN

Eric Janssen: 'Ik vind de Citroën C4 Cactus een eigenwijze, onderscheidende auto. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is prima. Daarnaast heeft de Cactus ook een zeer interessante leaseprijs.'

Ruud Bijl: 'Over het design aan de buitenkant valt te twisten; je moet ervan houden. Van binnen is de Cactus bijzonder ruim en comfortabel. De prijs/kwaliteitverhouding is erg goed, je krijgt veel auto voor je geld.'

Ramon Beuk: 'Ik vind de Cactus eigenlijk wel een grappige auto. Hij ziet er zowel van binnen als van buiten leuk uit en rijdt erg stabiel.'

Chris Kemperman: 'De Cactus heeft een goede indruk achtergelaten. De auto heeft goede vering en de stoelen zitten erg comfortabel. Het exterieur is bijzonder. Als je naar de aanschafprijs van deze auto en de bijtelling (14%) kijkt, dan is het geen geld voor zo'n complete auto.'

André Verschoor: 'De Cactus is in alle opzichten een aanwinst voor de Nederlandse wegen! Bravo voor de ontwerpers. Deze auto past volgens mij goed bij een creatief bedrijf met jonge werknemers.'



SPECIFICATIES

Merk: Citroën

Model: C4 Cactus

Type: 1.6 100pk

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.6 liter

Vermogen: 100 pk

Koppel: 254 Nm

Verbruik: 1 op 32,3

Acceleratie (0 tot 100): 10,7 sec

Topsnelheid: 184 km/h

Uitrusting: Business-uitvoering met onder meer panoramisch vast glazen dak, digitale tuner DAB en airbump Dune, navigatiesysteem

met 7" touchscreen tablet, achteruitrijcamera.

Verkoopprijs: € 22.170,-

Leaseprijs: € 525,60

Vanafprijs: € 20.690,-

Informatie: www.damste-auto.nl



500X HIJ IS ER



500X

**DE NIEUWE FIAT 500X. GROTER, KRACHTIGER EN KLAAR
VOOR ALLES WAT OP JE PAD KOMT.**

VANAF € 19.995,-.



fiat.nl

Gem. brandstofverbruik: 4,1 - 6,0 l/100 km (1 op 16,7 - 24,4). CO₂ : 107 - 144 g/km. Kijk voor de kosten en voorwaarden op fiat.nl

Prijs incl. btw/bpm, excl. kosten rijklaar maken en verwijderingsbijdrage. De verbruikscijfers zijn gebaseerd op de officiële Europese testmethode. Het daadwerkelijke verbruik hangt mede af van de omstandigheden en uw rijgedrag. Wij adviseren Het Nieuw Rijden. Zie ook www.hetnieuwrijden.nl voor handige tips om zuiniger te rijden.

VIREO AUTO

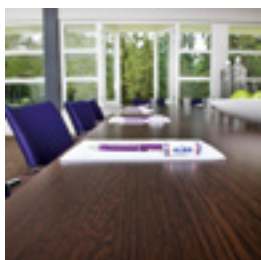
Houten: Ringveste 4, Tel. 030-6345555
www.vireoauto.nl



nice to meet!

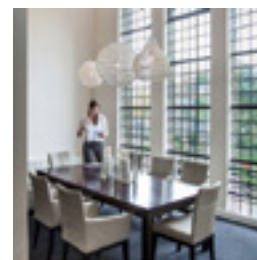
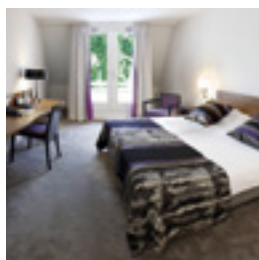
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist is centraal gelegen op een bosrijk eigen landgoed van 45 hectare. Uitstekend geschikt voor één- en meerdaagse bijeenkomsten als trainingslocatie, om te vergaderen en voor Business Events.



**Korting op onze
arrangementen?**

Kijk op woudschoten.nl
voor de actuele
kortingskalender



 **Woudschoten**
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergsesweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl



'De Fiat 500X heeft uitstraling en rijdt en zit ontzettend comfortabel.'



FIAT 500X

DEALER: VIREO AUTO
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: MAARTEN SEEGER

Harry Helwegen: 'De grotere Fiat 500 is een zeer complete auto voor zijn prijs. Er zit een aantal opties op de auto die je normaal alleen op duurdere modellen ziet. De hogere zit van de auto geeft een goed overzicht over het verkeer. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is dik in orde.'

John Meijer: 'Ik vind de Fiat 500X een prettige auto om in te rijden. Hij is ruim en stabiel en heeft bijzonder veel power. Daarnaast vind ik het een comfortabele en veilige auto.'

Ralf de Hamer: 'De Fiat 500X heeft uitstraling en rijdt en zit ontzettend comforta-

bel. Daarnaast beschikt de Fiat over alle noodzakelijke opties. De prijs/kwaliteit verhouding is goed; je krijgt veel auto voor je geld.'

Gerard Vriesenga: 'De Fiat 500X is een pittige auto die geschikt is om zowel sportief als rustig mee te rijden. Je hebt een prettige zit achter het stuur met voldoende (hoofd)ruimte.'

Eric Janssen: 'De Fiat 500X is verbazingwekkend groot en heeft meer dan voldoende ruimte. Toch is het ook een prettig compacte auto. Al met al is dit een leuk model met een stoere uitstraling.'



SPECIFICATIES

Merk: Fiat

Model: 500X 1.4 Multi-Air

Type: Lounge

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.4 liter

Vermogen: 140 pk

Koppel: 230 Nm

Verbruik: 1 op 17,1

Acceleratie (0 tot 100): 9,8 sec

Topsnelheid: 190 km/h

Uitrusting: Xenon verlichting, 6,5 inch touchscreen navigatiesysteem, achteruitrijcamera, 18 inch lichtmetalen velgen, climate control,

cruise control, Smart Entry, parkeersensoren achter.

Verkoopprijs: € 28.950,-

Leaseprijs: € 499,-

Vanafprijs: € 19.995,-

Informatie: www.vireoauto.nl



'Dit is gewoon een hele complete zakenauto die scherp is geprijsd.'



MAZDA 6

DEALER: AUTOBEDRIJF KNOOP MAARSSEN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: SAM MOHAMOUD ALI

Harry Helwegen: 'De Mazda 6 is een zeer comfortabele auto met een chique uitstraling. Ik vind het bijzonder dat het lederen interieur is inbegrepen in een auto in deze prijsklasse. Dit is gewoon een hele complete zakenauto die scherp is geprijsd.'

Eric Janssen: 'De Mazda 6 rijdt bijzonder relaxt; hij heeft een prettige zit waardoor je ontspannen achter het stuur zit. Daarnaast is deze uitvoering bijzonder luxe. Hierdoor is de verhouding tussen prijs en kwaliteit dik in orde.'

André Verschoor: 'De Mazda 6 is een auto waarin je je gelijk thuis voelt. De facelift

heeft de auto goed gedaan, hij heeft nu meer een eigen gezicht. Zowel de aanschafprijs als de leaseprijs hebben mij in positieve zin verrast.'

Okkie Millaard: 'Ik had nog niet eerder in een Mazda gereden, maar ben aangenaam verrast. Het is een bijzonder comfortabele en representatieve auto.'

Bert Bouman: 'De Mazda 6 heeft een goede indruk op me gemaakt. Hij rijdt lekker en vlot. Daarnaast zitten de stoelen comfortabel. De prijs/kwaliteit verhouding is goed, je krijgt echt waar voor je geld.'



SPECIFICATIES

Merk: Mazda

Model: 6

Type: Skyactive-D 150 6MT Sky-lease GT

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 2.2 liter

Vermogen: 150 pk

Koppel: 380 Nm

Verbruik: 1 op 25,6

Acceleratie (0 tot 100): 9,1 sec

Topsnelheid: 211 km/h

Uitrusting: Geïntegreerd navigatiesysteem, climate control, cruise controle, Smart City Brake Support, lederen bekleding, Bose audio-

systeem met 11 speakers, elektrisch verstelbare stoelen, parkeersensoren voor en achter. Verkoopprijs: € 35.990,- Leaseprijs: € 701,- Vanafprijs: € 28.990,- Informatie: www.knoopweb.nl

makro

Partner voor ondernemend Utrecht

Makro Nieuwegein

Laagraven 7 - 3439 LG Nieuwegein

Makro Vianen

Edisonweg 4 - 4131 PC Vianen

T 0900-2025300 - www.makro.nl

Gratis advertentie

WE REDDEN KINDERLEVEN

 **Doneer nu!** Bel 0800-1747.

 **Save the Children**



Bedrijfszorg op topsportniveau Vitale werknemers, minder verzuim

'Medicort biedt niet alleen topzorg voor onze werknemers maar denkt ook mee om de dienstverlening te optimaliseren naar de maat van Pon.'

- Rik-Jan Modderkolk, Pon Fit Manager -



www.medicort.nl 088 - 70 80 800

NIET TE ZUINIG

DE MAZDA6 2015 VANAF € 28.990,-

20% bijtelling op 150 pk / 110 kW diesel.
Leasetarief vanaf € 549,- per maand




Breukelen-Maarssen

Kometenweg 7 • 3606 BD Maarssen • Tel. 0346 - 586 444 • www.knoopweb.nl



Gemiddeld verbruik Mazda6 2015: van 3,9 tot 6,4 liter per 100 km / van 15,6 tot 25,6 km per liter / CO₂-uitstoot van 104 tot 150 g/km. Prijs inclusief BPM en BTW en exclusief kosten rijklaar maken. Leaseprijs excl. BTW, tarief o.b.v. Full Operational Lease, looptijd 60 maanden, 20.000 km per jaar via Mazda Leasing. Prijswijzigingen voorbehouden. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. Vraag ons naar de voorwaarden of kijk op www.mazda.nl

Wij hebben een
**FORD
STORE**
locatie Leidsche Rijn

De nieuwe Ford Mondeo & C-MAX Hybride

“Zakendoen wordt nu écht leuk”

20 % bijtelling

7% bijtelling



FORD UTRECHT
schakelautogroep.nl

Utrecht Leidsche Rijn
Utrecht Nieuw Overvecht
Nieuwegein
Tel : 030 - 291 11 11



'Ik vind de nieuwe Mondeo een zeer representatieve auto.'



FORD MONDEO

DEALER: FORD STORE UTRECHT
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: DENNIS HEERES

John Meijer: 'De nieuwe Mondeo rijdt heerlijk en soepel. Daarnaast is deze uitvoering bijzonder luxe met de vele verschillende opties. Een zeer representatieve auto.'

Okkie Millaard: 'Het eerste wat in het oog springt is de voorkant; die is opvallend mooi! De auto zelf is stil en de stoelen zitten prima. Ik vind de nieuwe Mondeo een zeer representatieve auto. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is dik in orde.'

Chris Kemperman: 'De Ford Mondeo is een zeer ruime, degelijke en complete auto. Alles zit erop en eraan.'

Robert Jan Stronkhorst: 'De Mondeo heeft een erg goed onderstel, je voelt de weg goed onder je. De rustige diesel heeft behoorlijk wat trekkracht. Daarnaast is de auto bijzonder ruim. Tel daar alle opties bij op en je hebt een hele degelijke, non-nonsense auto.'

SPECIFICATIES

Merk: Ford

Model: Mondeo

Type: Titanium Wagon

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 2.0 TDCi

Vermogen: 150 pk

Koppel: 350 Nm

Verbruik: 1 op 24,3

Acceleratie (0 tot 100): 9,4 sec

Topsnelheid: 215 km/h

Uitrusting: First Edition Pack (met o.a. navigatie, Sync 2.0 Bluetooth, parkeersensoren voor en achter, panoramadak, Winterpack

Verkoopprijs: € 43.552,-

Leaseprijs : € 790,-

Vanafprijs: € 28.895,-

Informatie:

www.schakelautogroep.nl



‘De auto is degelijk en betrouwbaar, van allerlei gemakken voorzien.’



FORD FOCUS

DEALER: FORD STORE UTRECHT

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: DENNIS HEERES

Ruud Bijl: ‘De nieuwe Focus is een leuke auto met een soepele motor, zeker als je bedenkt dat het “slechts” een driebcilinder is. Ik vind dat je bij deze Ford veel waar voor je geld krijgt. De auto is degelijk en betrouwbaar, van allerlei gemakken voorzien en goed geprijsd.’

Victor Beverloo: ‘De Focus rijdt keurig, lekker strak en pittig. Daarnaast klinkt het geluid van driebcilinder erg goed. Het is een mooie, ruime auto voor een schappelijke prijs.’

Ramon Beuk: ‘Ik ben aangenaam verrast door de Ford Focus. Hij rijdt erg soepel en

ik vind hem behoorlijk snel en sportief. De verhouding tussen prijs en kwaliteit lijkt me in orde, zeker als je ziet wat er allemaal in de auto zit.’

André Verschoor: ‘Ik vind de Ford Focus een heerlijk pittige en toch vriendelijke auto. Verbazingwekkend wat men tegenwoordig uit een 1-liter motor kan halen. Al met al is deze Focus een mooie, sportieve auto die lekker rijdt én automatisch inparkeert.’

Justin Meijer: ‘De Focus is een compacte maar erg leuke auto. Ik vind het bijzonder hoeveel vermogen er uit een kleine motor gehaald kan worden.’



SPECIFICATIES

Merk: Ford

Model: Focus

Type: Titanium 5 drs

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.0 Ecoboost

Vermogen: 125 pk

Koppel: 240 Nm

Verbruik: 1 op 20,8

Acceleratie (0 tot 100): 11,2 sec

Topsnelheid: 193 km/h

Uitrusting: Advanced Technology

Pack inclusief navigatie, parkeersensoren voor en achter en automatisch inparkeren.

Verkoopprijs: € 25.913,-

Leaseprijs : € 526,-

Vanafprijs: € 18.975,-

Informatie:

www.schakelautogroep.nl



‘De Peugeot 208 is een leuke, compacte auto die van alle gemakken is voorzien.’



PEUGEOT 208

DEALER: NEFKENS MIDDEN

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: EWOUDE VAN DAM

Ralf de Hamer: ‘De Peugeot 208 is een leuke, compacte auto die van alle gemakken is voorzien. Hij rijdt comfortabel en ook sportief. De verhouding tussen prijs en kwaliteit vind ik erg goed.’

Aron Laponder: ‘Ik ben erg te spreken over de Peugeot 208. Het is een mooie, prettig sturende auto. Door het glazen dak wordt de auto erg ruimtelijk. Ook krijg je een hele complete auto voor het geld.’

Lars Beckers: ‘Ik ben erg te spreken over de Peugeot 208. Hij heeft een prettig rijgedrag en mooi en functionele afwerking, geen overdreven toeters en bellen. Voor iemand die “gewoon” lekker wil rijden, is

dit een perfecte auto. Zeker als je naar de gunstige prijs kijkt.’

Jurjen Groot: ‘Ik heb een goede indruk gekregen van de 208. Het is een lekker solide auto met een leuk interieur en prima stoelen. Voor de sportieve rijder is dit een absolute aanrader.’

Robert Jan Stronkhorst: ‘De Peugeot 208 heeft een goede indruk op me gemaakt. Erg fijn en soepel rijgedrag. De motor heeft voldoende trekkracht en de auto is netjes afgewerkt. Het panoramadak is erg prettig voor de rijbeleving. Naast de aantrekkelijke prijs heeft de auto ook 14% bijtelling.’



SPECIFICATIES

Merk: Peugeot

Model: 208

Type: Blue Lease Premium 1.6 BlueHDi 100pk

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.6 liter

Vermogen: 100 pk

Koppel: 254 Nm

Verbruik: 1 op 27,7

Acceleratie (0 tot 100): 9,9 sec

Topsnelheid: 180 km/h

Uitrusting: Peugeot Connect Nav, Climate Control, Pack Visibilité, 16 inch lichtmetalen velgen.

Verkoopprijs: € 20.390,-

Leaseprijs : € 529,-

Vanafprijs: € 14.390,-

Informatie:

www.nefkens-midden.nl



'Ik vind de Peugeot 308 heel erg soepel rijden en hij heeft een strakke wegligging.'



PEUGEOT 308 SW

DEALER: NEFKENS MIDDEN

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: SJOERD VAN DER WAART VAN GULIK

Ruud Bijl: 'De Peugeot rijdt comfortabel en heeft een stille motor. Het motorblok komt krachtig over ondanks de "slechts" 120 pk. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is uitstekend. De 308 heeft veel standaard opties voor zo'n ruime auto.'

André Verschoor: 'Ik vind de Peugeot 308 heel erg soepel rijden en hij heeft ook een strakke wegligging. Ook ben ik erg te spreken over de prijs/kwaliteit verhouding. Met name de leaseprijs van de 308 maakt de auto bereikbaar voor veel werknemers.'

Roel Verhagen: 'Ik ben erg te spreken over de Peugeot 308. Hij is ruim en heeft meer

dan voldoende trekkracht voor een caravan. Daarnaast is het een hele fraaie auto.'

Justin Meijer: 'Ik vind de Peugeot 308 een mooie en degelijke auto, die simpliciteit hoog in het vaandel heeft staan. De term "less is more" gaat voor deze auto zeker op. De prijs/kwaliteit verhouding is prima; je krijgt veel auto voor je geld.



SPECIFICATIES

Merk: Peugeot

Model: 308 SW

Type: Blue Lease Executive Pack 1.6

BlueHDi 120pk

Transmissie: Handgeschakeld

Cilinderinhoud: 1.6 liter

Vermogen: 120 pk

Koppel: 300 Nm

Verbruik: 1 op 32,5

Acceleratie (0 tot 100): 10,1 sec

Topsnelheid: 194 km/h

Uitrusting: Peugeot Connect Nav, Climate Control, Pack Visibilité, 16 inch lichtmetalen velgen,

Verkoopprijs: € 28.990,-

Leaseprijs : € 599,-

Vanafprijs: € 22.330,-

Informatie:

www.nefkens-midden.nl

HIJ IS ER WEER! PEUGEOT 308 SW MET SLECHTS

14% BIJTELLING

NETTO BIJTELLING*
PER MAAND V.A.: € 132



HET 308 SW
BLUE LEASE GAMMA
V.A. € 22.200

Gem. verbr. l/km: 3,2; km/l: 31,3; CO₂: 82 gr/km

RUIMSTE IN ZIJN KLASSE

De superruime Peugeot 308 SW is vanaf nu weer verkrijgbaar met slechts 14% bijtelling! Met zijn fraaie strakke lijnen, de riant afmetingen en door het moderne en strak vormgegeven dashboard beleeft u ultiem rijplezier. Bovendien rijdt u de 308 SW met zijn zuinige motoren al voor een netto bijtelling vanaf € 132 per maand. Zelf de Peugeot 308 SW ervaren? Wij zien u graag in onze showroom!



NEFKENS
Natuurlijk

NEFKENS MIDDEN

Amersfoort (Bovee) Siliciumweg 36 Tel.: (033) 461 38 46
Bunnik Rumpsterweg 37 Tel.: (030) 656 15 83
Hilversum Melkpad 6 - 10 Tel.: (035) 621 09 53
Huizen Ambachtsweg 48 Tel.: (035) 525 81 24

Naarden Gooimeer 15 Tel.: (035) 694 76 14
Nieuwegein Limburghaven 1 Tel.: (030) 606 38 34
Utrecht Meijewetering 19 Tel.: (030) 241 42 43
Zeist Bergweg 101C Tel.: (030) 691 95 24]
www.nefkens-midden.nl



PEUGEOT

* Bij 42% loonbelasting.



makes a difference



ACTIEPRIJZEN EN CHAMPAGNE!

Kärcher Center de Vries bestaat 25 jaar. En dat wordt gevierd met een jubileumactie voor alle professionele Kärcher-machines.

Profiteer van de aantrekkelijke voorwaarden en ontvang bij aankoop een feestelijke fles bubbels.

Neem contact op voor meer informatie of breng een bezoek aan onze showroom.

KÄRCHER CENTER DE VRIES

Strijkviertel 59D - 3454 PK de MEERN

T 030 66 21 900 - karcher@karchercenter.nl

WWW.KARCHER-CENTER-DEVRIES.NL



DISCOVER YOUR DISCOVERY SPORT



ABOVE & BEYOND

UTRECHTS AUTO BEDRIJF (U.A.B.)

Uw Land Rover dealer van Midden Nederland

LAAGRAVEN 3
3439 LG NIEUWEGEIN
030 - 288 1512

WWW.UAB.NL





'De Land Rover Discovery Sport is een luxe en zeer praktische auto.'



LAND ROVER DISCOVERY SPORT

DEALER: B.V. UTRECHTS AUTO BEDRIJF U.A.B.
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: WOUTER HAGEN

Ruud Bijl: 'De Land Rover heeft een zeer goede indruk achtergelaten. Hij is luxe en onderscheidend. Daarnaast is het een hele smaakvolle auto. De verhouding tussen prijs en kwaliteit is zeer reëel.'

Ramon Beuk: 'Ik vind de nieuwe Land Rover Discovery Sport een mooie, stoere auto met een sterk en robuust uiterlijk. Hij is zeer compleet. Wat dat betreft is de prijs/kwaliteitverhouding dik in orde.'

Chris Kemperman: 'De Land Rover Discovery Sport rijdt heerlijk. Je zit daarnaast hoog, waardoor het zicht erg goed is. De afwerking en representativiteit van

de auto zijn uitstekend, maar dat mag ook voor dat geld. De Land Rover Discovery Sport is elke cent waard.

John Meijer: 'Ik heb een goede indruk gekregen van de nieuwe Discovery Sport. Hij rijdt soepel, de automaat schakelt heerlijk. Daarnaast is de Land Rover een hele comfortabele auto. Je kunt aan alles merken dat dit een auto uit het hogere segment is.'

Roel Verhagen: 'De Land Rover Discovery Sport is een luxe en zeer praktische auto. Daarnaast is hij ontzettend compleet en ruim. De vanafprijs van deze auto is gunstiger opzichte van het formaat.'



SPECIFICATIES

Merk: Land Rover
 Model: Discovery Sport
 Type: SD4 HSE 5+2 zits
 Transmissie: Automaat
 Cilinderinhoud: 2.2 liter
 Vermogen: 190 pk
 Koppel: 420 Nm

Verbruik: 1 op 15,9
 Acceleratie (0 tot 100): 8,9 sec
 Topsnelheid: 188 km/h
 Uitrusting: 5+2 zits, 19 inch lichtmetalen velgen, glazen panoramadak, keyless entry, 2-zone airco, elektrische achterklepbediening,

Cold Climate Pack, Traffic Sign Recognition.
 Verkoopprijs: € 74.895,-
 Leaseprijs: € 1.349,-
 Vanafprijs: € 40.700,-
 Informatie: www.uab.nl



'Ik vind de Subaru Outback een chique auto met veel uitstraling.'



SUBARU OUTBACK

DEALER: CAR PLAN
AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: PETER TROST

Ralf de Hamer: 'De Outback heeft een goede indruk achtergelaten. Het is een zeer ruime, robuuste no-nonsense auto waar weinig op aan te merken is.'

Aron Laponder: 'Ik vind de Subaru Outback een chique auto met veel uitstraling; erg luxe en toch redelijk geprijsd. Het leuke aan de Outback is dat het geen doorsnee auto is. Hij is "anders" en dat spreekt in zijn voordeel.'

Gerard Vriesenga: 'De Outback rijdt goed en stil. Hij stuurt erg fijn en de adaptive cruise control werkt erg prettig. Daarnaast is het een comfortabele en representatieve

auto. De meerprijs van de Premium-uitvoering is zijn geld absoluut waard.'

Jurjen Groot: 'De Outback ligt direct en solide op de weg. Hij is stil en robuust. Qua uitstraling is deze auto leuk en origineel. Het interieur is strak en van hoogwaardige kwaliteit.'

Gijs Poorter: 'De Subaru is een degelijke en ruime auto die erg prettig rijdt. Voor mij is deze auto misschien wel de verrassing van de dag!'



SPECIFICATIES

Merk: Subaru
Model: Outback
Type: 2.5i Premium CVT
Eyesight AWD
Transmissie: Automaat
Cilinderinhoud: 2.5 liter
Vermogen: 175 pk

Verbruik: 1 op 14,3
Acceleratie (0 tot 100): 10,2 sec
Topsnelheid: 198 km/h
Uitrusting: Lederen interieur, elektrisch verstelbare voorstoelen, adaptive cruise control, Eyesight, Starlink radio/navigatie, X-mode,

hill decent control, schuif/kanteldak, keyless entry, elektrische achterklep
Verkoopprijs: € 43.495,-
Leaseprijs: € 861,-
Vanafprijs: € 38.995,-
Informatie: www.carplan.nl

HET LIJKT

MOEILIJK

OM TE RIJDEN IN DEZE

OMSTANDIGHEDEN.



SUBARU



LIJKT.

De nieuwe Outback.

Met zijn **Symmetrical All-Wheel Drive** systeem heeft u geen enkel probleem met steile hellingen en ruig terrein. En met de revolutionaire **EyeSight™** technologie beschikt u over het beste op het gebied van veiligheid.

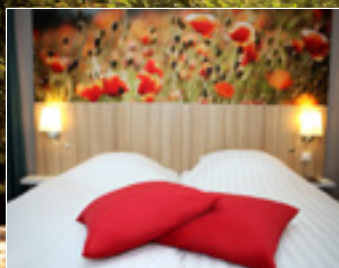
Car Plan BV Utrecht

Hudsondeef 6, 3565 AV Utrecht

T 030-2634800 - www.carplan.nl

LAAT U OVERTUIGEN EN TEST DE OUTBACK ZELF.

Gem. verbr.: 6,1 – 7,0 l/100 km (16,4 – 14,3 km/l) CO₂ emissie: 159 – 161 g/km.



ERNST SILLEM HOEVE

SINDS 1926



Hotel Ernst Sillem Hoeve is een sfeervolle locatie voor een scala aan bijeenkomsten voor zowel zakelijke als particuliere gasten. Denk aan (meerdaagse) trainingen, vergaderingen en presentaties, maar ook aan bruiloften, (bedrijfs)evenementen of gewoon een weekendje weg.

- Historische locatie
- Centraal gelegen
- Groepen van 4 tot 250 personen
- Persoonlijk en verrassend
- Vele culinaire mogelijkheden
- 20 zalen en 86 hotelkamers

Soestdijkerweg 10b | Lage Vuursche | 3734 MH Den Dolder | T. +31 (0) 35 666 85 41 | F. +31 (0) 35 666 84 43 | E. sales@esh.nl | www.esh.nl

KIJK OP ONZE WEBSITE VOOR AANTREKKELIJKE VERGADER- EN HOTELARRANGEMENTEN.



'De auto is mooi afgewerkt en heeft een strak rijgedrag.'



KIA OPTIMA

DEALER: FLEX AUTOLEASE

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: IRIS HERTSENBERG

John Meijer: 'De Optima is een ruime en comfortabele auto. Het hybridesysteem werkt super en is erg stil. Dat maakt de Optima zeker de overweging waard. Je krijgt daarnaast ook een zeer complete auto; de prijs/kwaliteitverhouding is goed.'

Aron Laponder: 'Ik heb een goede indruk gekregen van de Kia Optima. De auto is mooi afgewerkt en heeft een strak rijgedrag.'

Jurjen Groot: 'Wow, wat is de Kia een goede auto! Hij heeft een leuk, strak design en de stoelen zitten heerlijk. Daarnaast ligt de auto prima op de weg. Deze

Optima is het schoolvoorbeeld van value for money.'

Chris Kemperman: 'Het is verrassend om te zien hoe deze auto de afgelopen jaren verbeterd is. De Kia rijdt heerlijk en heeft een mooi afgewerkt interieur. Voor de zakelijke markt is deze auto zeer representatief en aantrekkelijk.'

Robert Jan Stronkhorst: 'Ik vind de Optima een mooie auto met een sportieve lijn. De auto is ook ontzettend compleet. De hybridemotor rijdt erg stil en heeft een vlotte acceleratie. Al met al krijg je heel veel auto voor je geld.'



SPECIFICATIES

Merk: Kia

Model: Optima Hybrid

Type: 2.0 Executive Line

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 2.0 liter

Vermogen: 150 pk

Koppel: 319 Nm

Verbruik: 1 op 20

Acceleratie (0 tot 100): 9,2 sec

Topsnelheid: 190 km/h

Uitrusting: 18 inch lichtmetalen velgen, full map navigatie, achteruitrijcamera, bochtverlichting, lederen bekleding, Xenon verlichting,

Infinity Sound System, "mood" verlichting in interieur.

Verkoopprijs: € 36.345,-

Leaseprijs : € 747,-

Vanafprijs: € 29.845,-

Informatie: www.flexautolease.nl



‘De Auris rijdt heerlijk comfortabel en heeft bijzonder veel power.’



TOYOTA AURIS TS

DEALER: KOOIJMAN UTRECHT

AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: THEO BIESHAAR

Gerard Vriesenga: ‘De Toyota Auris heeft redelijk neutraal rijgedrag maar stuurt erg fijn. Het is een nette, comfortabele auto zonder overbodige luxe. De Auris is een technisch hoogstaand model dat je voor een mooie prijs kunt aanschaffen.’

Eric Janssen: ‘De Auris rijdt heerlijk comfortabel en heeft bijzonder veel power. Het panoramadak is prachtig en geeft een ruimtelijk gevoel. De prijs/kwaliteit verhouding is erg goed.’

Gijs Poorter: ‘Ik vind de Toyota Auris een prettige auto om in te rijden. Hij is bijzonder comfortabel en heeft een overzichtelijk

dashboard. Al met al is dit een zuinige hybride die pittig rijdt en erg ruim is.’

Justin Meijer: ‘De Toyota Auris is een zeer complete auto. Hij is representatief en goed te gebruiken voor de zakelijke rijder. Ik vind dat de Auris de juiste kwaliteit en luxe biedt voor de prijs.’

Robert Jan Stronkhorst: ‘Ik vind de Toyota Auris een leuke auto. Hij is ruim voorin maar wat minder ruim op de achterbank. De kofferbak is gigantisch! De Auris heeft een fijn rijgedrag en de hybride rijdt mooi stil.’



SPECIFICATIES

Merk: Toyota

Model: Auris Touring Sports

Type: Lease Plus

Transmissie: Automaat

Cilinderinhoud: 1.8 liter

Vermogen: 99 pk

Koppel: 142 Nm

Verbruik: 1 op 27,7

Acceleratie (0 tot 100): 11,2 sec

Topsnelheid: 175 km/h

Uitrusting: Toyota Safety Sense, Skyview panoramadak, elektrische ramen voor en achter, cruise control, Toyota Touch 2 Go Plus

navigatie met 7 inch scherm.

Verkoopprijs: € 30.750,-

Leaseprijs : € 479,-

Vanafprijs: € 24.395,-

Informatie:

www.kooijmanutrecht.nl

De ruimste wagon met 14% bijtelling en standaard automaat



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY



De nieuwe Auris TS Hybrid Lease met o.a. navigatie, parkeerhulpcamera en panoramisch dak

Ervaar het nieuwe rijplezier in de ruimste wagon met 14% bijtelling en standaard automaat. De Auris TS Hybrid Lease biedt ook veel ruimte voor een rijke standaarduitrusting. Naast een automaat is de Auris TS Hybrid Lease namelijk voorzien van een panoramisch dak, privacy glass, navigatie, cruise control én een parkeerhulpcamera. De Auris TS Hybrid Lease is er al vanaf € 28.250,-. De Auris TS is ook verkrijgbaar als zeer rijk uitgeruste Hybrid Lease Plus met nog meer extra's. En als u nu beslist profiteert u 5 jaar lang van slechts 14% bijtelling! Kijk snel op toyota.nl of ervaar zelf het rijplezier en de ruimte tijdens een proefrit. U bent van harte welkom in onze showroom.

Brandstofverbruik (EC/136/2014J) 3,7 L/100km (27,0 km/L); CO₂ 82 gr/km.

Toyota Financial Services leasetarief per maand o.b.v. Full Operational Lease, 48 mnd en 15.000km/jaar, o.b.v. 6 schadevrije jaren, excl. BTW en brandstof. Info via zakelijk@toyotafs.nl of 0347 - 367 952. Prijswijzigingen en drukfouten voorbehouden. Meer info bel gratis 0800 - 0369 of kijk op toyota.nl voor de actie- en verkoopvoorwaarden.

Kooijman

Utrecht, Meijewetering 39, 030-2660044



Krachtigste Hybride in zijn klasse



OPTIMA HYBRID

v.a. € 29.845,-

lease v.a. € 499,-/mnd*

A



The Power to Surprise

Kooijman Utrecht

Meijewetering 39, 3543 AA Utrecht, Tel. (030) 26 60 044, www.kia-utrecht.nl

Gem. brandstofverbruik: 4,9 - 6,0 l/100km, 20,4 - 16,6 km/l. CO₂-uitstoot: 117 - 158 g/km. Genoemde leaseprijzen zijn vanafprijzen per maand, gebaseerd op een looptijd van 60 maanden en 20.000 km per jaar, incl. ROB, verzekering ER 227,-, P.O.I. en R.B., via Kia AutoLease. Wijzigingen en fouten voorbehouden. De genoemde consumentenprijs alleen geldig bij aankoop van een nieuwe Kia met uiterste aankoopdatum en datum kente-kenaanvraag van 30-06-2015 en uiterste registratiedatum van 15-07-2015. Genoemde vanaf verkooprijzen zijn, tenzij anders vermeld, incl. extra inruilvoordeel, BTW/BPM, excl. kosten rijklaarmaken, metallic lak en de optionele lakbescherming. Getoond model kan afwijken van de beschreven uitvoering. Wijzigingen en drukfouten voorbehouden.

Save the date: 8 juni, Ruig Utrecht

Netwerk vergroten met BOB

Het jubilerende Amrâth Hotel Maarsbergen bood op 1 april gastvrij onderdak aan Business ontmoet Business (BOB) Midden-Nederland. Vijf jaar geleden werd de nieuwbouw in gebruik genomen. General manager Jeanette Leferink refereerde in haar welkomstspeech aan de roemruchte historie van voorganger Motel Maarsbergen, het eerste Nederlandse snelweghotel.



Dick Willems maakte tijdens BOB duidelijk waarom zijn bedrijf 2twitit het tofste social mediabureau van Nederland is. Ook toonde hij aansprekende voorbeelden van social media-campagnes. De KLM-hond die vergeten spullen terugbezorgt, leidde zowel tot vertedering als bewondering. De campagne creëerde een positieve buzz zonder dat de feitelijke dienst van de luchtvaartmaatschappij wordt genoemd.

900 details

Het betoog van Fius van Laar – het verschil tussen een gewone dienst of product en een topper zit hem in 900 details – sloot naadloos aan op de presentatie van Willems. Salestrainer Van Laar is nog altijd als ver-

koper actief. De sterke link met de praktijk droeg bij aan de impact van zijn presentatie ‘Hoe blijf ik uit de negatieve prijsstijging?’ Tijdens het diner en de afsluitende borrel was ruim gelegenheid om te netwerken en ervaringen uit te wisselen.

Spetterende finale

Het Utrechtse restaurant Ruig is op maandag 8 juni gastheer voor de volgende BOB-Borrel. Na presentaties van Benjamin Engels van Recruit a Student en Jan Willem Menkveld (Menkveld Advocatuur) volgt een walking dinner. Stand-up comedian Tom Slingting zorgt voor een spetterende finale, als opmaat voor de netwerkborrel.



WAT IS BOB?

Business ontmoet Business (BOB) is het ondernemersplatform van de regionale Business-magazines. Iedereen die een bedrijf vertegenwoordigt, is welkom. Een bedrijf dat lid is, mag alle BOB-bijeenkomsten bezoeken. Daarnaast zijn leden welkom op relevante forums, masterclasses en thematische sessies van Business. Met BOB Midden-Nederland kunnen ondernemers uit de regio's Utrecht, Vallei en Rivierenland hun netwerk vergroten. Een eenmalige kennismaking is gratis. Daarna is het lidmaatschap verplicht; de kosten bedragen 250 euro per jaar. Hiervoor zijn bij elke bijeenkomst een welkomstdrankje en de culinaire invulling inbegrepen. Meer weten? Kijk op bob.utrechtbusiness.nl of neem contact op met Danny Toonen (danny@vanmunstermedia.nl) of Kathy van der Horst (kathy@vanmunstermedia.nl). Zij zijn telefonisch te bereiken via 024-3738505.

Begin voor het te laat is

Nu ik op leeftijd ben, merk ik steeds vaker hoe belangrijk zelfvertrouwen is in het leven. En hoeveel mensen daar een schromelijk tekort aan hebben. Dat vind ik teleurstellend maar vooral jammer. Want al die mensen halen er niet uit wat er in zit. Ze doen vaak niet wat ze leuk vinden, durven niet te zeggen wat ze denken en ze zijn vooral niet wie ze willen zijn. Hoe kun je zo leven, hoe kun je zo gelukkig zijn? Maar ook: hoe kun je zo ondernemen? Als jij geen vertrouwen hebt in jezelf, in je product of dienst, dan doet toch niemand zaken met je?

De sleutel is overtuiging. Weten dat je wat kunt, weten dat wie je bent, oké is. Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Wat je nodig hebt, is zelfvertrouwen. Gelukkig zijn er talloze cursussen op dit gebied. Ook internet biedt een ruime keus aan tips zoals: 'kleed jezelf goed', 'loop vastberaden' of – mijn persoonlijke favoriet – 'straal zelfvertrouwen uit'...

Om te voorkomen dat u denkt: 'Hij kraakt alles af maar levert zelf geen bijdrage' doe ik u mijn suggestie: geef een ander eens een oprecht compliment. Ervaar vervolgens wat dit met hem of haar doet. En als u vervolgens zelf een compliment krijgt, omarm dat dan. Luister naar wat er wordt gezegd, geniet ervan en sla het op. Zelfvertrouwen begint namelijk dáár: bij de optelsom van waardering.

Tot voor kort realiseerde ik mij dit ook niet. Als iemand vroeger enthousiast reageerde op mijn teksten of trainingen, dacht ik altijd dat hij of zij dit deed om mij een plezier te doen. En dat de inhoud dus in feite 'ongeldig' was. Totdat ik de knop leerde omzetten, begon te luisteren naar de feedback en terugkerende elementen in de bijval zag: scherp, dynamisch, humoristisch. Als zoveel mensen dat ervaren, dan moet daar een kern van waarheid in zitten. Sinds ik dit weet en mij realiseer dat ik altijd op deze natuurlijke talenten kan terugvallen, ziet mijn leven – en dus ook mijn ondernemerschap – er makkelijker, prettiger maar ook lucratiever uit. En daar heb ik dan 54 voor moeten worden.



Mart Rienstra hoofdredacteur Utrecht Business

ADVERTEERDERSINDEX

naam	pagina
Arval	45
Autogrill	21
Van Benthem & Keulen	9
Restaurant Belle	20
Car Plan	61
CBRE Dutch Office Fund	68
Citocom	13
Automobilbedrijf Damsté	46
Engeltherm	bijlage
Ernst Sillem Hoeve	61
Expo Houten	21
Ford Utrecht	52
Google	bijlage
Havic	bijlage
IJsselstreek Zakelijk	29
JBA Security	38
Juliana	20
Kärcher Center De Vries	58
Automobilbedrijf Knoop Maarssen	51
Kontakt der Kontinenten	21
Kooijman Utrecht	64
Lagerweij	38
Makro	51
Medicort	51
Nefkens Midden	57
Oud London	21
Het Oude Tolhuys	20
Gemeente Nieuwegein	2
Van den Pol	16
Trainspot	20
UAB	58
Vineyard food & drinks	21
Vireo Auto	48
Woudschoten	48
Women on Wings	67

Utrecht Business 3 verschijnt op 26 juni. Hierin onder meer een focus op ICT en gezondheid. Verder uitgebreid aandacht voor bedrijfsoverdracht en een verslag van de Utrecht Business Green & Fun autotestdag.

Voor meer informatie
www.utrechtbusiness.nl



HUMAN CAPITAL

TALENT IS HET NIEUWE DONEREN Jouw kennis is goud waard in India. Met jouw zakelijke expertise en ervaringen inspireer je Indiase bedrijven bij het realiseren van hun doelen. De omzet stijgt. Het aantal banen voor vrouwen groeit. Gezinnen krijgen een beter leven. En kinderen krijgen beter onderwijs. Women on Wings heeft samen met 60 experts al 125.000 extra banen bij 20 bedrijven gecreëerd waardoor 325.000 kinderen al beter onderwijs kregen! Het is een prachtige start in een land waar human capital het verschil kan maken. Doe mee. Geef vrouwen en kinderen in India vleugels. Mail Women on Wings: ineke@womenonwings.com en doneer je talent. Of maak met financiële steun de inzet van experts mogelijk. womenonwings.com

WOMEN ON WINGS



**IN 2018
BESCHIKBAAR**



**WORLD TRADE CENTER®
UTRECHT**

YOUR FUTURE STARTS HERE

WTC Utrecht: de ideale thuisbasis voor ambitieuze organisaties

Op de meest centrale locatie van Nederland opent in 2018 een uniek kantoorgebouw haar deuren: World Trade Center Utrecht. Met haar indrukwekkende 70 meter hoge façade, is WTC Utrecht een iconisch landmark welke direct in het oog springt van iedere bezoeker van het Jaarbeursplein en omgeving. Een bruisende toplocatie waar aangenaam werken, verblijven en ontmoeten samenkomen.

Geïnteresseerd? Neemt u dan
contact op met ons verhuurteam:



Olaf Vogelaar
030 284 30 60



Siebe de Boo
030 635 22 11