

UTRECHT

JAARGANG 33 | NUMMER 6 | JANUARI 2018

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT



**Mereveld:
LOCATIES ZIJN VOOR EEN
EVENT 'DE KERS OP DE TAART'**

**ECONOOM HERMAN WIJFFELS:
*'Het moet radicaal anders'***
**FAMILIEBEDRIJVEN:
*Weg met bescheidenheid***

EIGEN KIJK, EIGEN KRACHT

Mazda zet opnieuw de toon.

De nieuwe Mazda CX-5.

Onvergelykbare rijeigenschappen.

Met een unieke kijk op comfort.

Uitzonderlijk afgewerkt
van buiten en van binnen.

Kloppend in elk detail.

DRIVE TOGETHER



Mazda CX-5
nu bij Mazda dealer Cluistra



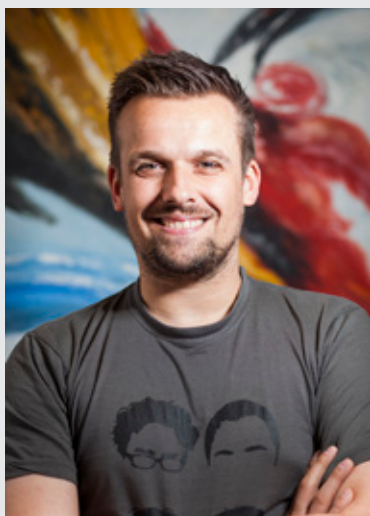
Gemiddeld verbruik Mazda CX-5 van 5,0 tot 7,1 liter per 100 km / van 20,0 tot 14,1 km per liter / CO₂-uitstoot van 132 tot 162 g/km. Prijzen incl. BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijzen excl. metallic/mica lak en eventuele opties. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. Prijswijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en voorwaarden: www.mazda.nl



AUTOBEDRIJF CLUISTRA NIEUWEGEIN

Betuwehaven 1 | 3433 PV Nieuwegein | 030 - 6062598 | www.cluistra.nl | 

VOORWOORD



SAMEN

Ik zeg 'Bassie', u denkt 'Adriaan'. Ik zeg 'Eiffeltoren', u denkt 'Parijs'. Sommige dingen zijn zo onlosmakelijk met elkaar verbonden, dat het moeilijk is ze überhaupt nog los te zien. Zo'n band is er ook tussen Jaarbeurs en Utrecht. Ik zeg 'Jaarbeurs', u denkt 'Utrecht'... dat principe. Al honderd jaar vormt Jaarbeurs het evenementenhart van de start en dat zal de komende jaren alleen nog maar meer het geval worden, zo blijkt in een interview met CEO Albert Arp. De komende jaren investeert Jaarbeurs meer dan 100 miljoen euro in terrein en gebouwen, om 'één van de gaafste evenementenlocaties van Europa' te worden. De Jaarbeurs is volgens Arp smeeroelie voor de lokale economie. Elke euro die tijdens de ruim

8.000 evenementen bij Jaarbeurs wordt uitgegeven, zorgt voor 4 euro aan bestedingen bij hotels, restaurants en leveranciers. Andersom maken de stad en regio Jaarbeurs ook weer sterker. Het is precies het soort samenwerking waarvoor ook Convention Bureau Utrecht pleit in een verhaal in deze editie van Utrecht Business. Het merk Utrecht onderstreept daarbij de kracht van samenwerken, waarbij Utrecht staat voor een regio waar in verbinding met elkaar gecreëerd en geïnnoveerd wordt. Verbinden, innoveren en langdurige waarde creëren, daar draait het allemaal om. Om de identiteit van stad en regio nog duidelijker te kunnen positioneren, is het merk Utrecht gedefinieerd. Er is nu zelfs een eigen merkpaspoort, waardoor verschillende dromen, ideeën, samenwerkingen en projecten worden verbonden aan één doel: sámen het merk Utrecht versterken. Het lijkt mij een uitstekend streven!

Teun van Thiel
teun@utrechtbusiness.nl



Zakenmagazine voor ondernemers
en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 33

Januari 2018, editie 6

EEN UITGAVE VAN

MVM Business Productions

Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen

Kerkenbos 12-24A, 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

Teun van Thiel

REDACTIEMEDEWERKERS

Hans Hajée • Aart van der Haagen

VORMGEVING

Margot Noyons

DRUK

Balmedia

ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE

Van Munster Media BV

Savas Atilla T: 06 - 55 167 254

commercie@utrechtbusiness.nl

Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN

Tel. (024) 373 85 05

abonnements@utrechtbusiness.nl

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

COPYRIGHTS:

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

www.utrechtbusiness.nl

- 6** Mereveld: Locaties zijn voor een event 'de kers op de taart'
- 11** Column Van Benthem & Keulen: de gevolgen van regeerakkoord Rutte III
- 12** Familiebedrijven: Weg met de bescheidenheid
- 15** "Aanbesteden moet gewoon weer leuk worden"
- 16** De ARM helpt mensen milieu met hart en ziel
- 19** Asnova Architecture: betrokken Utrechts bureau
- 20** Lelystad Airport verdeelt ondernemers in de regio
- 24** Heeren van Maarssen: zakelijke sfeer met vleugje nostalgie
- 27** Literatuur
- 28** Bowlen is geschikt voor iedereen
- 30** Econoom Herman Wijffels: 'Het moet radicaal anders'
- 32** Aantal betaalmethoden groeit snel
- 36** Pand Betuwe biedt bedrijven oneindig veel inspiratie
- 38** "Probeer de drijfveren van de ondernemer te doorgronden"
- 42** 'De arbeidsmarkt houdt zich niet aan dorps- of stadsgrenzen'
- 45** Vergroening van de regio met Hyundai
- 46** Addertjes onder het gras bij nieuwe regelgeving scheidingen
- 48** Lage ICT-kennis bij regering: Nederland mist kansen



"Perfectie zit 'm in details" **6**



24
Gevoel van 'welkom' overheerst

12
'Duurzaamheid tweede natuur familiebedrijven'



30
'Het moet radicaal anders'



5



32
Manier waarop klanten betalen verandert



38
Drijfveren Duitse ondernemers doorgronden



42
Oplossingen zoeken voor arbeidsmarkt vraagstukken



6

MEREVELD: DE GARANTIE VOOR EEN SUCCESVOL ZAKELIJK EVENEMENT

LOCATIES ZIJN VOOR EEN EVENT 'DE KERS OP DE TAAKT'

Een eerste bezoek aan Mereveld maakt direct indruk en vaak blijft het daar dan ook niet bij. Het groeiende aantal evenementen, voor zowel zakelijke als particuliere gasten, is een beloning voor de hospitality en bijzondere faciliteiten die Co en Hans Stelling aanbieden. Utrecht Business sprak met de broers over tachtig jaar onderscheidend en innovatief ondernemerschap.

TEKST: BAART KOSTER (KOSTER TEKSTEN – TEKST & COMMUNICATIE)



Het gesprek start met een boeiende onderdompeling in de Utrechtse geschiedenis, als Hans en Co vertellen hoe het begon. In 1890 verrees boerderij Mereveld aan de Mereveldseweg 9, prachtig gesitueerd op landgoed Amelisweerd. Dat de van oorsprong boerenfamilie Stelling ondernemerschap in het DNA heeft, blijkt al snel. "Oma begon een café bij haar boerderij, dat was gelegen naast renbaan Mereveld. Toen mijn vader later ook in het café kwam werken werd er steeds meer eten geserveerd, vooral saté, biefstuk en pannenkoeken. Zo groeide het café uit tot een restaurant." Door die combinatie van veebedrijf en horeca moest er hard gewerkt worden. "Voor dag en dauw stonden onze grootouders op om de koeien te melken, terwijl de laatste gasten vaak pas diep in de nacht het café verlieten. Gelukkig hebben wij als familie weinig slaap nodig."

De groei zette door en inspeland op klantbehoefte werd vervolgens de koeienstal verbouwd tot feestzaal. Noodgedwongen overigens, legt Co uit. "Door de aanleg van de A27 verdween er zoveel land dat het niet meer rendabel was om te blijven boeren. De nadruk werd meer en meer gelegd op het horecabedrijf en het boerenbedrijf verdween geleidelijk. Hans: "Om gedurende tachtig jaar succesvol een horecabedrijf te kunnen runnen, moet je constant op trends en veranderingen inspelen. Daarom stopten we op een gegeven moment met het serveren van de lunch en kort daarna stopten we met het hele restaurant, aangezien we steeds meer bruiloften en zakelijke events gingen organiseren in onze feestzaal."

Hiermee zijn we in de huidige ondernemingsfase beland. Ook die is zeer dynamisch,

want naast de zes eigentijdse zalen van het in boerderijstijl gebouwde Mereveld, verrees er in plaats van een aanvankelijk geplande schutting een compleet nieuw bijgebouwtje in de tuin van Mereveld. Daarnaast is het Voorhuis verbouwd en volledig voorzien van een nieuw dak, waarbij alle oude dakspanten en buitenmuren bewaard zijn gebleven. Bovendien is in het hele complex een verrassende diversiteit aan materialen gebruikt. Zo toont Co tijdens de rondleiding een prachtige met leer beklede open haard. "In drie van onze zes zalen zit een haard, we vinden een warme sfeer en stijlvolle omgeving belangrijk. We willen dat iedere gast, zowel particulier als zakelijk, zich hier thuis voelt. Aangezien de moderne zakelijke gast veel gewend, goed opgeleid én kritisch is, ligt de lat hoog. Maar we houden van uitdagingen!" Perfectie zit hem vooral in de details, zo weten Co en Hans. In verschillende ruimten hebben zij bijvoorbeeld geluiddempende materialen in het plafond laten aanbrengen om voor een optimale akoestiek te zorgen.

WELKE FACILITEITEN KUNNEN JULLIE DE KLANT NOG MEER AANBIEDEN?

"Al onze zalen zijn voorzien van de nieuwste audiovisuele voorzieningen en we hebben een supersnel 500 mbps Wi-Fi. Zodoende bieden we volop mogelijkheden voor zakelijke gasten om presentaties te houden en kennis te delen. We hebben dan ook de nodige ervaring met seminars en soortgelijke evenementen. Verder profiteren we van onze prachtige en gunstige ligging. In het zomerseizoen kunnen gasten gebruikmaken van de terrassen en onze tuin. Iedere zaal is voorzien van een eigen terras. En is er tijdens een zakelijke bijeenkomst behoefte aan een sportief moment, om zo het nuttige met

het aangename te verenigen, dan kunnen wij onze gasten uitstekende golf faciliteiten aanbieden op de naast gelegen golfbaan Amelisweerd. Veel zakelijke gasten zijn dus regelmatig op de golfbaan te vinden, en dat is niet verwonderlijk aangezien een partijtje golf helpt om alle neuzen tijdens een congres of vergadering dezelfde kant op te krijgen. Bovendien zijn wij op het weiland tegenover de boerderij gestart met het exploiteren van een wijngaard met Sauvignier Gris druiven. Het duurt niet lang meer voor wij onze gasten onze eigen wijn aan kunnen bieden. Tot slot is het goed te weten dat onze parkeervoorziening niet alleen uitgebreid maar ook gratis is. Prettig is ook dat wij aan de groene rand van Utrecht zeer goed bereikbaar zijn, ook met het openbaar vervoer."

MEREVELD PRESENTEERT BOVENDIEN CATERING UIT EIGEN KEUKEN.

"Dat klopt, wij vinden het belangrijk dat onze gerechten geserveerd worden uit eigen keuken. Dat maakt namelijk dat wij ons flexibel kunnen opstellen naar onze opdrachtgevers. Dieetwensen vanwege allergie of dieet zijn voor ons geen probleem. Onze koks hebben allen een allergen opleiding gevolgd en staan zodoende nooit voor verrassingen. Het maatwerk dat wij onze opdrachtgevers bieden betekent dat de creativiteit van onze koks continue wordt uitgedaagd, wat hun vak alleen maar interessanter maakt. Wij werken graag met streekproducten van kleine leveranciers, simpelweg omdat de kwaliteit van de producten hoog is. Onze leveranciers van streekproducten zijn gepassioneerde vakmensen met grote liefde voor hun product. In die toewijding herkennen we ons helemaal."



Nr.1

MODULAIRE BEURSSTANDS

Verkoop en verhuur

ABC Display is dé producent van het Press® modulaire standsysteem. De basis van het concept zijn lichtgewicht aluminium frames met naadloos bedrukte magnetische rolbanen. Deze zijn zonder gereedschap te plaatsen, compact te vervoeren, snel te

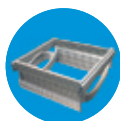
plaatsen, multifunctionele opstellingen en het systeem is zwaar te belasten! U kunt Press® bij ABC display aanschaffen of huren, tevens verzorgen wij de grafische producties en monteren/demonteren de stands op elke locatie binnen Europa.

Specificaties

- ✓ Gepantenteerd frame
- ✓ Modulair systeem
- ✓ Zeer stevig en robuust
- ✓ Framework volledig uit het zicht
- ✓ Naadloze rolbanen
- ✓ Snelle montage
- ✓ Geen gereedschap nodig
- ✓ Licht van gewicht
- ✓ Compact transport
- ✓ Online ontwerp maken
- ✓ Veel accessoires



**KEEP MOVING
YOUR BRAND!**



Compact



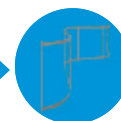
Slim



Instelbaar



Kliksysteem



Flexibel



Krachtig



WERKT MEREVELD OOK SAMEN MET ANDERE ONDERNEMERS OM ZAKELIJKE EVENTS TOT EEN SUCCES TE MAKEN?

"Waar nodig schakelen wij externe partijen in die met hun expertise een aanvulling geven op onze dienstverlening. Denk hierbij bijvoorbeeld aan uitgebreide audiovisuele ondersteuning en entertainment. Zo zorgen wij ervoor dat events tot in de puntjes geregeld zijn."

BIJ HET HOSTEN VAN SPECIALE EVENEMENTEN KOMT VAAK OOK EXTRA SERVICE KIJKEN. JE MOET ALS DIENSTVERLENER INVENTIEF ZIJN. HOE VULLEN JULLIE DAT IN?

"Wij hebben lijsten samengesteld van preferred partners. Wanneer bij ons bijvoorbeeld een evenement of conferentie wordt georganiseerd bieden wij onze gasten een overzicht van hotels in de buurt, restaurantjes en bijvoorbeeld de golfbaan, waarvoor je bij ons golfclinics kunt boeken. Meestal kunnen we voor gasten een aantrekkelijke korting verzorgen. Ook proberen wij proactief mee te denken met onze gasten en waar nodig oplossingen te bieden. Ook nemen onze medewerkers de contactpersonen van opdrachtgevers in overleg werk uit handen om een evenement vlekkeloos te laten verlopen."

DE MARKT VOOR ZAKELIJKE EVENTS HEEFT DE WIND IN DE RUG DOOR DE HUIDIGE ECONOMISCHE GROEI. MERKT U DAT EN HOE SPEELT U DAAROP IN?

"De markt voor zakelijke events heeft inderdaad de wind in de rug. Wij zien dat aan de toename van het aantal evenementen en aan de sterke groei van het aantal nieuwe locaties in Nederland, met name in de Randstad. Juist nu het goed gaat is het zaak om te kijken naar de toekomst.

WELKE KANSEN MOETEN WE BENUTTEN? WELKE BEDREIGINGEN KUNNEN ONTSTAAN?

Overigens is ook enige nuancering op zijn plaats, want in het Nationaal locatie onderzoek van High Profile zien we bijvoorbeeld 'dat een groot deel van de meetings en events op het eigen kantoor wordt georganiseerd'. Wanneer men een locatie boekt, dan is dat dus met een duidelijke reden. Of het nu is 'omdat men de boodschap serieuzer neemt' of omdat 'medewerkers dan beter in staat zijn om buiten de gebaande paden te denken'. In elk geval zijn locaties voor een event 'de kers op de taart' waardoor medewerkers zich bijzonder voelen. Maar ondanks dat opdrachtgevers zich bewust zijn van het belang van het boeken van een externe locatie, is de zakelijke evenementenmarkt wel heel conjunctuurgevoelig. In de recessieperiode zagen wij bijvoorbeeld een sterke daling van de boekingen. De in 2015 ingevoerde werk-kostenregeling waarin maximaal 1,2 procent van het totale fiscale loon, de 'vrije ruimte', mag worden besteed aan onbelaste vergoedingen en verstrekkingen voor het personeel, versterkte die daling. Opdrachtgevers werden heel voorzichtig."

HOE ZIJN JULLIE DIE LASTIGE CRISISJAREN DOORGEKOMEN?

"Door uit te gaan van de kracht van onze eigen organisatie en onze evenementen altijd tot in de puntjes te verzorgen. Ook hebben we onze pijlen gericht op minder conjunctuurgevoelige sectoren, zoals overheid, non profit en medische sector. Zo lukte het zelfs om gedurende de recessie ons bedrijf goed draaiende te houden. De recessie hebben wij bovendien als kans aangegrepen om anti-cyclisch te investeren. Drie bouwprojecten

konden tegen relatief lage kosten worden gerealiseerd. 'Ieder nadeel heeft zijn voordeel', zou Johan Cruijff zeggen."

DE ONDERNEMERSWENSEN ZIJN DOOR DE JAREN VERANDERD, WAT WIL DE MODERNE ZAKELIJKE KLANT?

"Die weet precies wat hij wil, is veel gewend en heeft weinig tijd. Daarom moet een evenementenlocatie, meer dan vroeger, een unieke ervaring voor de gasten leveren. Daarnaast moet het offertetraject gemakkelijk, snel en accuraat verlopen. De locatie moet in oplossingen en mogelijkheden denken en initiatief nemen. Ook wil men persoonlijk en informeel contact met medewerkers die, meer dan ooit, visitekaartje zijn van hun dienstverlener. Daarnaast moet de catering duurzaam en uiteraard van topkwaliteit zijn. En ook in het algemeen wil men zakendoen met duurzame dienstverleners. Wij zijn dan ook Green Key Goud gecertificeerd. Dit wil zeggen dat wij milieubewust ondernemen, maar dat wij tevens de lokale economie ondersteunen door met lokale leveranciers samen te werken."

KENNIS VAN KLANTWENSEN HEEFT MEREVELD GEEN WINDEIEREN GELEGD, WANT HET VIERDE VORIG JAAR HAAR TACHTIGSTE VERJAARDAG. GEFELICITEERD!

"Bedankt, ja wij vinden het bijzonder dat ons bedrijf al tachtig jaar succesvol is. Wij hebben deze mijlpaal kunnen bereiken dankzij de betrokkenheid, inzet, kwaliteit en loyaliteit van onze familie en medewerkers. We zijn altijd één collectief geweest en hebben altijd tijd kunnen inspelen op veranderingen in een continue veranderende wereld."

www.mereveld.nl

Gezocht

Om de marktpositie van onze mediamerken verder te versterken, zijn wij voor de magazines Utrecht Business en Oost Gelderland op zoek naar

ENTHOUSIASTE VERKOOPMEDEWERKERS (M/V)

Ook freelancers worden uitgenodigd te reageren.

Werken bij van Munster Media Groep is zeer uitdagend en afwisselend. Wij zijn een (cross) multimediale onderneming die vak- en consumentenmagazines ontwikkelt en uitgeeft en zijn gespecialiseerd in webdevelopment en online automatisering.

We willen voor bedrijven, gemeenten en andere organisaties op bovengenoemde gebieden een professioneel gesprekspartner zijn. Een regionaal business magazine zien we daarbij als een mediamerk.

GEVRAAGD

- HBO werk- en denkniveau
- representatief
- doortastend en resultaatgericht
- proactieve instelling
- bewezen commerciële successen
- flexibiliteit
- zelfstandig kunnen werken
- woonachtig in het werkgebied
- een goed zakelijk netwerk

WAT BIEDEN WIJ?

- uitstekende arbeidsvoorwaarden
- veel vrijheid
- mooie afwisselende projecten
- prettige werksfeer

Voor meer informatie of en gesprek kunt u contact openemen met Michael van Munster, 0627045858. Of stuur jouw CV met motivatie elektronisch naar michael@vanmunstermedia.nl



HRM advies
werving en selectie
detachering
uitzendwerk
payrollservice

Uw partner in flexibele
personeelsoplossingen

www.aene.nl

Lean&Duurzaam



vandenpol.com



REGEERAKKOORD RUTTE-III: DE GEVOLGEN VOOR UW BEDRIJFSVOERING

Onlangs heeft het nieuwe kabinet de plannen uit het regeerakkoord gepresenteerd. Het akkoord bevat een groot aantal maatregelen die het werkgeverschap aantrekkelijker moeten maken. De meest relevante wijzigingen op het gebied van het arbeidsrecht die van invloed kunnen zijn op uw bedrijfsvoering worden hierna op een rijtje gezet.

MR. WOUTER VAN DER BOON - VAN BENTHEM & KEULEN ADVOCATEN & NOTARIAAT - E-MAIL: WOUTERVANDERBOON@VBK.NL - TELEFOON: +31 30 259 55 52

TIJDELIJKE CONTRACTEN

De periode waarna elkaar opeenvolgende tijdelijke contracten overgaan in een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd, wordt weer verlengd van twee naar drie jaar.

TRANSITIEVERGOEDING

Een werknemer heeft straks bij aanvang van het dienstverband al recht op een transitievergoeding. Volgens de huidige wetgeving is dit pas na twee jaar. Voorts wordt de transitievergoeding voor ieder half jaar berekend op basis van een zesde maandsalaris en verdwijnt de hogere opbouw na tien jaar dienstverband. Ook kunnen scholingskosten gericht op een andere functie binnen de eigen onderneming op de vergoeding in minder worden gebracht.

CUMULATIE VAN ONTSLAGGRONDEN

Op dit moment dient één voldragen ontslaggrond aanwezig te zijn om een ontslag te verwezenlijken. Als het aan de regeringspartijen ligt, wordt cumulatie van ontslaggronden weer mogelijk gemaakt (denk bijvoorbeeld aan een combinatie van disfunctioneren en een verstoorde arbeidsrelatie). Ter compensatie kan een rechter, in aanvulling op de transitievergoeding, een extra vergoeding aan

een werknemer toekennen ter hoogte van maximaal een halve transitievergoeding.

LOONDOORBETALING BIJ ZIEKTE

Momenteel is de loondoorbetalingsverplichting bij arbeidsongeschiktheid wegens ziekte voor iedere werkgever gelijk, namelijk twee jaar. Voor kleine werkgevers (minder dan 25 werknemers) wordt deze verplichting verkort naar een jaar. De verantwoordelijkheid voor de loondoorbetaling in het tweede jaar gaat over op het UWV.

PROEFTIJD

In het regeerakkoord worden ook wijzigingen aangebracht wat betreft de proeftijd. Bij contracten voor bepaalde tijd van langer dan twee jaar geldt straks een proeftijd van maximaal drie maanden. Bij een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd is een proeftijd van maximaal vijf maanden mogelijk.

ZELFSTANDIGEN

Tot slot wordt de Wet DBA vervangen. Bij de zelfstandige die een laag tarief heeft (tussen de €15,- en €18,- per uur) en waarbij de overeenkomst langer dan drie maanden duurt, of de zelfstandige die een laag tarief

heeft en reguliere bedrijfsactiviteiten verricht, zal altijd sprake zijn van een arbeidsovereenkomst. Voor zelfstandigen met een hoog tarief (boven de €75,- per uur) en waarbij de overeenkomst korter dan een jaar duurt, of de zelfstandige die een hoog tarief heeft en geen reguliere bedrijfsactiviteiten verricht, zal een 'opt out' voor de loonbelasting en de werknemersverzekeringen worden ingevoerd. Voor de zelfstandige die boven het lage tarief zit, wordt een zogenaamde 'opdrachtgeversverklaring' ingevoerd. Met deze verklaring heeft de opdrachtgever vooraf de zekerheid dat geen loonbelasting en premies werknemersverzekeringen hoeven te worden afgedragen (tenzij de webmodule niet naar waarheid is ingevuld). Het kabinet heeft verder voorgesteld dat na de invoering van de nieuwe wetgeving, de Belastingdienst de nieuwe wet gedurende een jaar met terughoudendheid zal handhaven.

De maatregelen dienen nog uitgewerkt te worden in wetsvoorstellen. Het is daarom nog niet zeker wanneer de beoogde wijzigingen in werking treden.

FAMILIEBEDRIJVEN GEEN MARKETINGMACHINES

WEG MET DE BESCHEIDENHEID

Met alle aandacht voor grote techconcerns en sexy startups lijkt het alsof familiebedrijven niet innovatief zijn. Een onjuist beeld, blijkt uit onderzoek van Nyenrode Business Universiteit, in samenwerking met ING en NPM Capital. Eigenaren van familiebedrijven steunen innovatiebeleid juist meer dan eigenaren van niet-familiebedrijven. Familiebedrijven doen er goed aan om deze en andere sterke eigenschappen meer voor het voetlicht te brengen.

Voor het Nyenrode-onderzoek "Innovatie en het familiebedrijf" zijn 400 telefonische interviews afgenomen met directeuren van Nederlandse ondernemingen met minimaal 25 werknemers. Hieronder zowel familie- als niet-familiebedrijven. Familiebedrijven doen op het gebied van innovatie geenszins onder voor andere typen bedrijven, zo blijkt. Ruim 62 procent van alle familiebedrijven bracht de laatste drie jaar minimaal één nieuw product of dienst op de markt. Bijna 72 procent van alle ondervraagde familiebedrijven heeft in dezelfde periode de interne bedrijfsprocessen ingrijpend verbeterd of vernieuwd.

BEDREIGING EN KANS

Het Nyenrode-onderzoek schetst ook randvoorwaarden die in de toekomst van invloed kunnen zijn op de innovatiekracht van familiebedrijven. Een daarvan is dat de vernieuwende drive vaak vooral samenhangt met de persoon die aan het roer staat. Bij ruim 29 procent van alle familiebedrijven vreest de huidige directeur dat het innovatieve karakter van het bedrijf vermindert na zijn of haar vertrek. Als de oprichter nog actief is als eindverantwoordelijke stijgt dit percentage tot 38 procent. In de bedreiging schuilt tegelijkertijd een kans. Een groot deel van de familiebedrijven ziet de bedrijfsopvolging juist als een mogelijkheid om het innovatieve vermogen te vergroten. Ruim de helft van de huidige directeuren geeft aan dat het voor de continuïteit van groot belang is dat de opvolger innovatiever is dan hij- of zijzelf.

MOTIVATIE

Bij het verder aanjagen van innovatie binnen familiebedrijven speelt een mogelijke belemmering. Uit het Nyenrode-onderzoek blijkt dat een hoog percentage van het familievermogen vastzit in het familiebedrijf en daardoor niet beschikbaar is voor innovatie. Ruim 32 procent van bedrijven zou nog innovatiever zijn als ze meer financiële middelen ter beschikking zouden hebben. De intrinsieke motivatie om ook daadwerkelijk in vernieuwing te investeren, blijkt hoog. Bijna 79 procent van de eigenaren van familiebedrijven is bereid om van dividend af te zien om innovatie te bevorderen. Ruim 65 procent van de eigenaren wil een jaar negatieve resultaten accepteren als dat de innovatie stimuleert.

MEER STEUN

Niet-familiebedrijven scoren hierbij met 60 respectievelijk 40 procent veel minder hoog. "De steun van eigenaren voor de innovatiestrategieën van familiebedrijven blijkt daarmee sterk af te wijken van de bereidheid bij de eigenaren van niet-familiebedrijven," concludeert prof. dr. Roberto Flören, hoogleraar Familiebedrijven en Bedrijfsoverdracht aan Nyenrode in een toelichting bij de onderzoeksresultaten. "Daar kan een belangrijke verklaring liggen voor het feit dat familiebedrijven ondanks hun beperkte middelen zeer goed kunnen concurreren met niet-familiebedrijven op het gebied van innovaties."

UNICITEIT MEER BENADRUKKEN

Het onderzoeksrapport "Marketing en het familiebedrijf" beschrijft in een aantal cases de overwegingen van familiebedrijven bij het uitdragen van hun identiteit. Waaronder Go-Tan, producent van Oosterse gerechten. Dit bedrijf profileert zich in uitingen – ook internationaal – als Foodloving Asian family – est. 1954. Jumbo Supermarkten had tot een aantal jaren geleden niet veel op met de associatie familiebedrijf. "Dan staat er weer 'het Brabantse familiebedrijf' over ons in de media," aldus CEO Frits van Eerd in een interview uit het Nyenrode-onderzoeksrapport. "Dat voelt toch alsof wij niet helemaal serieus, niet volledig professioneel zijn." Toch is Jumbo haar identiteit als familiebedrijf meer gaan benadrukken. "We zijn nooit bescheiden in onze ambitie, maar we zijn bescheiden in zelfprofilering. Onze adviseurs, commissarissen en anderen zeggen steeds vaker: 'die uniciteit, daar moet je veel meer mee gaan doen. Dat is een kaart die je vaker kunt trekken'. Ik heb mij laten overtuigen. De uniciteit die je als familiebedrijf hebt, zeker als zo'n grote werkgever, kom je niet vaak tegen."



Foto Jumbo

OOG VOOR OMGEVING

Innovatief vermogen is zeker niet de enige krachtige eigenschap van familiebedrijven. Het FD benoemt duurzaamheid en de menselijke maat als twee grote thema's voor 2018. Beide elementen zijn familiebedrijven op het lijf geschreven. De binding met medewerkers is veelal hecht en het goede werkgeverschap zorgt voor een sterke betrokkenheid van het personeel. Als vanzelfsprekend hebben familiebedrijven ook oog voor de positie in hun omgeving; een plek waar zij al tientallen en soms zelfs honderden jaren geworteld zijn. Die verbondenheid uit zich vaak in ondersteuning van lokale maatschappelijke initiatieven en organisaties.

“DUURZAAMHEID IS EEN TWEDE NATUUR VOOR VEEL FAMILIEBEDRIJVEN.”

UIT HET HART

“Duurzaamheid is een tweede natuur voor veel familiebedrijven,” stelde Albert Jan Thomassen eerder in Business. Hij is directeur van FBNed, een netwerk van familiebedrijven en ondernemende families. “Aandacht voor de omgeving komt echt uit het hart. Waar grote organisaties hun duurzame identiteit moeten construeren, is dit bij familiebedrijven een authentieke eigenschap. Door die uit te dragen, versterk je je positie.” Dat duurzaamheid economische waarde oplevert, laat Unilever zien. Met haar Sustainable Living Plan formuleerde het concern een duurzame groeistrategie. Met succes. De duurzame merken van Unilever groeien 50% harder dan hun andere merken en zijn goed voor 60% van de totale groei.

NIET ACTIEF GEBRUIKEN

Unilever is een marketingmachine. Dat kan niet gezegd worden van het gemiddelde familiebedrijf. Dat maakt bij communicatie en marketing amper gebruik van hun onderscheidende eigenschappen. Uit het Nyenrode-onderzoek “Marketing en het familiebedrijf” van november 2015 blijkt dat maar 37% het familiebedrijf-imago actief communiceert naar opdrachtgevers. Richting arbeidsmarkt, financiers en leveranciers wordt de positionering als familiebedrijf nog minder vaak toegepast. Ongeveer de helft van de familiebedrijven ziet er zelfs geheel vanaf om gebruik te maken van het familiebedrijf-imago.

DUURZAAM DNA

Die terughoudendheid hangt deels samen met de aard van veel familiebedrijven. De betrokkenheid is groot, net als de trots op het bedrijf. Maar zelfvertrouwen wordt gecombineerd met een ingetogen profiel. Geen blabla; doe maar gewoon. De persoonlijke factor kan hierbij een rol spelen. Door de meerwaarde van het familiebedrijf te benadrukken, lijkt het wellicht dat je je als familielid ook persoonlijk op de borst slaat. Veel ondernemers doen dit liever niet. Maar door geen gebruik te maken van een familie-gebaseerde identiteit laten familiebedrijven kansen liggen. In tegenstelling tot grote concerns hoeven zij hun duurzame profiel immers niet te ontwikkelen; het maakt simpelweg deel uit van hun DNA. De merken van Unilever zouden daar wel raad mee weten. Nu familiebedrijven nog. Weg met de bescheidenheid.



BEKRONING VOOR INNOVATIEF FAMILIEBEDRIJF

Terberg Group werd op 12 april verkozen tot Familiebedrijf van het Jaar 2017. De IJsselsteinse onderneming heeft 28 werkmaatschappijen in elf landen en is een van de grootste onafhankelijke leveranciers van specialistische voertuigen. Bestuursvoorzitter George Terberg ontving de jaarlijkse Familiebedrijven Award uit handen van prinses Laurentien. De jury was unaniem in haar oordeel en had veel waardering voor het innovatieve, veranderingsgezinde karakter van Terberg Group.

PINNC.19

uniek ■ inspiratie ■ achtbaan
voor de geest ■ 16 sprekers ■
hand-made ■ international ■
posimistisch ■ magic ■ curious
people ■ aandacht voor details
■ creativiteits-conferentie ■
ideeëndouche ■ 7 intermezzo's
■ 15 mei 2018 ■ www.pinc.nl

VNO-NCW MIDDEN/MKB-MIDDEN

"AANBESTEDEN MOET GEWOON WEER LEUK WORDEN"

Dat publieke aanbestedingen tot ergernissen en frustraties kunnen leiden bij opdrachtgevers (overheden) en opdrachtnemers (bedrijfsleven) is bekend. Uit een evaluatie van de Aanbestedingswet blijkt dat niet de wet zelf, maar de uitvoering ervan daar debet aan is. Hoe het tij te keren? Door elkaar op te zoeken en aan de slag te gaan met het project Beter Aanbesteden.



Landelijk wordt er door overheden voor 73 miljard euro ingekocht, waarvan circa 25 miljard euro door de gemeenten. Omgerekend is dit per gemeente circa 1.500 euro per inwoner per jaar. Omdat het om publiek geld gaat, moet dit budget transparant en in de beste prijs-kwaliteit-verhouding worden ingezet. Tijd om met opdrachtgevers en opdrachtnemers in gesprek te gaan.

BETER AANBESTEDEN

Toenmalig minister Kamp van Economische Zaken heeft de hand-schoen opgepakt en het Project Beter Aanbesteden geïnitieerd. Landelijk aanjager Matthijs Huizing, voormalig Tweede Kamerlid voor de VVD, zei vorig jaar in Cobouw: "De narrigheid moet weg. We gaan de problemen in kaart brengen en liefst meteen een oplossing bieden. Boter

bij de vis dus. Cultuur en gevoel pak je niet aan met regels."

KANSEN EN UITDAGINGEN

De werelden van opdrachtgevers en opdrachtnemers liggen soms dicht bij elkaar dan gedacht. Herkenning was er op allerlei thema's: uniformering van inkoopvoorwaarden en inkoopbeleid, gunnen op basis van kwaliteit, invulling Social Return on Investment (SROI), uitnodigingsbeleid/groslijsten, "weet wat er te koop is, ken elkaar", heb begrip voor elkaars rol, benut bestaande mogelijkheden om de markt uit te dagen, communiceer.

Een van de uitdagingen ligt bij de verschillen in beeldvorming over het aanbestedingsproces tussen opdrachtgevers en opdrachtnemers. Voor opdrachtgevers is aanbesteden omgeven door veel wet- en regelgeving, waardoor zij weinig flexibiliteit ervaren. Bij opdrachtnemers overheerst het beeld van het onnodig moeten aanleveren van allerlei stukken en antwoorden op allerlei vragen bij deelname aan de aanbesteding. En liefst geen dichtgetimmerde bestekken, maar ondernemers uitdagen om innovatief en creatief te zijn. Of zoals een aannemer onlangs zei: "Aanbesteden moet gewoon weer leuk worden".

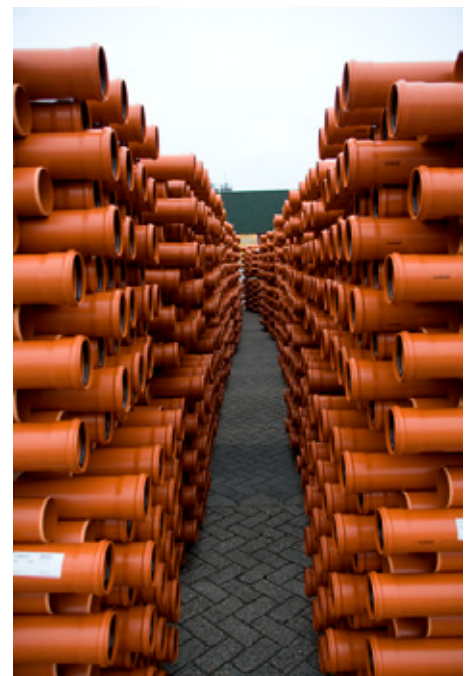
MARKTDAGEN IN PROVINCIE UTRECHT

Het verbeteren van kennis en kennisuitwisseling kan alleen worden bewerkstelligd door opdrachtgevers en opdrachtnemers bij elkaar te brengen. In de provincie Utrecht wordt jaarlijks de 'Marktdag Ondernemend Aanbesteden' georganiseerd onder het motto: kennis opdoen, kennis delen en kennis maken. De

samenwerking tussen VNO-NCW provincie Utrecht/MKB-Nederland Midden, diverse brancheverenigingen en de gemeenten/provincie is hierbij van groot belang.

Het doel van de Marktdagen is om over diverse punten rond aanbesteden in gesprek te gaan.

In de provincie Utrecht zijn al enkele succesvolle Marktdagen georganiseerd. "De reacties van zowel opdrachtgevers als opdrachtnemers zijn zeer positief te noemen; we gaan er dus zeker mee door", aldus Helga Brenninkmeijer, regiomanager VNO-NCW provincie Utrecht/MKB-Midden. Op 7 november 2018 is de volgende Marktdag Ondernemend Aanbesteden in de provincie Utrecht.



Hennie Sluis en Nannette Schenk: zakelijke en maatschappelijke impact versterken elkaar



16

DE ARM HELPT MENSEN EN MILIEU

MET HART EN ZIEL

De ARM is een begrip in Utrecht. Al bijna 35 jaar combineert deze ideële organisatie kringloopbedrijvigheid met sociale werkgelegenheid en opvang. De ARM groeide uit tot één van de grotere kringlooporganisaties en zette forse stappen bij de professionalisering van haar activiteiten. Als huisbank kan Rabobank Utrecht er haar financiële en maatschappelijke impact combineren.

TEKST HANS HAJÉE FOTOGRAFIE MARNIX SCHMIDT

Het waren andere tijden, begin jaren 80. Voor jongeren met problemen was amper opvang. Ze kwamen tussen wal en schip, zwierven vaak op straat. Reden voor een aantal jeugdhulpverleners om stichting ProKind op richten. Hieronder Ad Schenk en Toos Biljard, ouders van de huidige ARM-directeur Nannette Schenk. "Zij waren – en zijn – bevlogen maatschappelijke idealisten. Met hulp van vrijwilligers vingden ze jongeren op in een werkelder aan de Oudegracht," vertelt zij. "De vuilnisschuit

van de gemeente zette regelmatig wat spullen op de kade die opgeknapt konden worden. Zo hadden de jongeren wat te doen."

TWEELEDIG RENOVEREN

Het initiatief kreeg de naam de Alternatieve Renovatie Maatschappij, kortweg ARM. "Echt een term uit die tijd. Renoveren slaat zowel op goederen – door hergebruik en recyclen – als op de mensen, via hulpverlening en zorg." Er kwamen steeds meer

mensen naar de Oudegracht voor opvang, structuur en een zinvolle dagbesteding. "Niet alleen jongeren, ook via sociale werkgelegenheidstrajecten; Melkertbanen, later ID-banen. Toen deze werden afgeschaft, besloot de ARM de vijftien mensen die via deze constructie actief waren allemaal in dienst te nemen. Dat betekende wel dat het vrijwilligersproject naar een meer bedrijfsmatige aanpak toe moest. Tegelijkertijd namen de kringloopactiviteiten een steeds grotere vlucht."

NOODZAKELIJK KWAAD

De ruimte in de Utrechtse binnenstad werd te klein. De ARM breidde uit aan de Verlengde Hooggravenseweg, waar zich nu het huidige kringloopcentrum bevindt. De financiering van dit pand was tien jaar geleden de eerste kennismaking met Hennie Sluis namens Rabobank Utrecht. Hij is Accountmanager Verenigingen & Stichtingen en hoofd van de non-profit desk van de bank. "De ARM is een bijzondere organisatie. Het heeft tijd gekost voor ik alle ins en outs doorgrondde. Ook het vertrouwen winnen van oprichter Ad Schenk ging zeker niet van vandaag op morgen." Nannette Schenk: "Mijn vader heeft de ARM zelf opgebouwd, uit idealistische motieven. Om verder te kunnen groeien, waren stappen nodig zoals de aankoop van een pand. Maar samenwerking met een bank voelde in het begin zonder meer onwennig. Hij vond het een noodzakelijk kwaad."

ENERGIE

Sluis adviseerde om op papier te zetten waar het bestuur met de ARM naartoe wilde, wat hun toekomstvisie was. "Een plan maken voor de bank zag hij niet zitten, zei Ad. Mijn antwoord: ik hoop dat je het niet voor ons schrijft, maar voor de toekomst van de organisatie en al die mensen waarvoor jullie je met hart en ziel inzetten." Het plan is er gekomen. "Bij de eerste versie is ondersteuning ingeschakeld," zegt Nannette Schenk. "Sindsdien is het voor ons een waardevol instrument dat we zelf regelmatig aanpassen aan de actualiteit. Het plan vormt een belangrijke leidraad bij beslissingen en keuzes." Hennie Sluis hoort het met genoegen aan. "Het geeft veel voldoening dat de aanzet van jaren geleden de ARM nog altijd helpt en als kompas dient. Het benadrukt de impact die je als bank maar ook als persoon kunt hebben. Daar krijg ik energie van."

ZICHZELF BEDRUIPEN

Na aanvankelijk de ARM te hebben ondersteund op haar vakgebied HR kwam Nannette Schenk er in 2008 in dienst. In 2012 nam zij als directeur het stokje over van haar vader, die toen 70 jaar werd. Met verschillende substichtingen worden activiteiten ontplooid op het gebied van kringloop, scholing, werkervaring, recycling en zorg. Naast de loonkostensubsidies bedruipt de ARM zich volledig zelf. "Er staan 35 medewerkers op de loonlijst. De overige zestig mensen werken hier via dagbesteding, re-integratie of met een participatiebaan. Bijzonder is dat vrijwel iedereen met een regulier dienstverband via deze route is binnengekomen. Dat biedt anderen een lonkend perspectief."

ding, re-integratie of met een participatiebaan. Bijzonder is dat vrijwel iedereen met een regulier dienstverband via deze route is binnengekomen. Dat biedt anderen een lonkend perspectief."

ONDERSCHEIDEND KEURMERK

Met de financiering van het bedrijfspand als vertrekpunt is Rabobank inmiddels huisbankier van de ARM. En tien jaar na het begin van de samenwerking is Hennie Sluis nog altijd het aanspreekpunt. "Dit is een specifieke organisatie," stelt Nannette Schenk. "Het zou vervelend zijn om telkens aan wisselende contactpersonen te moeten uitleggen hoe we werken. Daarom wordt de persoonlijke continuïteit in deze relatie erg gewaardeerd. Hennie kent ons door en door. Hij ondersteunde bij de professionalisering die wij de afgelopen jaren doorgevoerd hebben." Belangrijke mijlpaal daarbij was het verkrijgen van het Keurmerk Kringloopbedrijven in 2016, als een van de eerste tien organisaties in Nederland. "Het is een bewijs dat wij de interne processen op orde hebben. Als zodanig is het Keurmerk ook een belangrijk signaal naar stakeholders en partners zoals de gemeente Utrecht. Kringloopwinkels schieten als paddestoelen uit de grond, vaak met een puur commerciële insteek. Met het Keurmerk benadrukken we onze onderscheidende positie." Burgemeester Jan van Zanen was aanwezig bij de uitreiking. "Het tekent de betrokkenheid en waardering van de gemeente," vindt Sluis. Waardering sprak ook uit de benoeming van Ad Schenk tot Ridder in de Orde van Oranje Nassau in 2015. "Een terechte erkenning voor hem en de gehele organisatie."

BELANG BORGEN

Net zoals veel familiebedrijven is de ARM kwetsbaar als sleutelpersonen onverhoopt wegvallen. "Dat proberen we te ondervangen door werkprocessen vast te leggen, onder meer via het Keurmerk," zegt Nannette Schenk. "Ook wordt de inhoudelijke basis versterkt. Voorheen zaten alleen familieleden in het bestuur. Dat is nu uitgebreid met externe experts op het gebied van financiën, vastgoed en vergunningen. Het maakt de organisatie meer toekomstvast. De activiteiten van de ARM zijn van groot belang voor de samenleving, voor onze mensen en hun gezinnen. Dat moet ook in de toekomst geborgd zijn."

KOPLOPER

Utrecht wil koploper zijn op het gebied van

circulariteit. Schenk juicht die ambitie van harte toe. "De ARM kan daar een belangrijke bijdrage aan leveren door hergebruik en recycling verder te vergroten. Als een van de weinige kringloopbedrijven beschikken wij over een eigen werkplaats. Daar voegen we waarde toe; kapotte spullen worden gerepareerd en gaan daarna naar onze winkels. Zo'n 65% van alle goederen vindt zo een nieuwe bestemming. Verder worden materialen als metaal, glas en papier gescheiden en ter recycling aangeboden. Slechts een gering deel – 3,5% – is restafval waarvoor nog geen herbestemming mogelijk is. Denk aan hard plastic en spaanplaat."

CIRKEL IS ROND

35 jaar ervaring geeft de ARM een voor-sprong. "Die willen we ook behouden als straks allerlei commerciële partijen zich op de markt van hergebruik en recycling storten. Daarom blijven we zoeken naar manieren om verspilling verder terug te dringen. Met dat doel is samen met collega-kringlooporganisatie Emmaus een samenwerking ontstaan met de HKU. Leerlingen gebruiken restafval om nieuwe producten en bijzondere gebruiksvoorwerpen te maken. Zo zorgt de creativiteit van jonge mensen ervoor dat hergebruik verder toeneemt. Ook helpt het om deze doelgroep bewust te maken van wat je met restafval kunt doen." In december opende een expositie van ontwerpen in de werkelder van de ARM aan de Oudegracht. "Inderdaad, op de plek waar het allemaal begon. Verleden en toekomst komen zo mooi samen; de cirkel is rond."

ORANJE EN BLAUW

In de samenwerking van Rabobank met de ARM komen de pijlers van de bank eendrachtig samen, aldus Hennie Sluis. "Ik gebruik graag onze kleuren als metafoor. Blauw staat voor de zakelijke, rationele kant. Oranje verbeeldt de menselijke en maatschappelijke component. Beiden elementen versterken elkaar hier."

Ondanks de toenemende professionalisering koestert de ARM haar DNA. "De sociale doelstelling is en blijft het fundament, onze reden van bestaan," stelt Nannette Schenk. "Dat zullen wij nooit uit het oog verliezen."

MET JE COLLEGA'S NAAR DE TOP!

- * Geheel verzorgde arrangementen inclusief skiën en snowboarden, après-ski en diner.
- * Sfeervol houten chalet met serre en open haard.
- * Centraal gelegen in het midden van Nederland.
- * Het hele jaar door mogelijk, 7 dagen per week.
- * Volop gratis parkeergelegenheid.

Wij maken graag conform uw wensen een geheel vrijblijvende offerte.

WILT U MEER INFO:
BEL 030 688 44 64 OF KIJK OP WWW.SKIPISTENIEUWEGEIN.NL



KUN JE OOK NIET WACHTEN OP DE WINTERSPORT? GEEF JE SNEL OP!

Wij verzorgen ski- en snowboardlessen voor volwassenen en kinderen op alle niveaus. Van mensen zonder enkele ervaring tot vergevorderde freestylers of slalommers.

Trends ICT-groep heeft Citocom overgenomen



Trends, makes IT easy

Om dit te vieren en omdat wij IT security zeer belangrijk vinden geven wij 250 exemplaren weg van de bestseller over identiteitsfraude.

Ga naar trends.nl/ gratisboek en maak kans op 1 van de 250 exemplaren



ROTTERDAM AMSTERDAM UTRECHT

ASNOVA ARCHITECTURE

BETROKKEN UTRECHTS BUREAU

Wie door Utrecht fietst of wandelt komt overal projecten van Asnova architecture tegen. De huidige transformatie van het Oogleidersgasthuis aan de F.C. Donderstraat bijvoorbeeld, samen met JWG architecten, of het in 2013 prachtig getransformeerde voormalige Dekkledenhuis aan de Muntkade. Maar ook de moderne villa's in Rijnsweerd en het architectonische statement Copernicus in de Vogelenuurt. Oprichter en eigenaar Ronald Willemsen aan het woord.



bouwstijl voorstond. Ik koos deze naam voor mijn bureau om aan te geven dat ik niet alleen belangstelling voor architectuur heb, maar ook een grote interesse voor architectuurgeschiedenis."

THUIS

Geboren in 1957 weet Willemsen al op jonge leeftijd dat hij architect wil worden. Na zijn middelbare school gaat hij naar de kunstacademie in Arnhem, maar hij switcht na een jaar naar de Academie voor Kunst en Industrie (AKI) in Enschede, in die tijd de meest vrije en kunstzinnige academie in Nederland. Als hij in 1982 afstudeert gaat hij als ontwerper werken bij meubelfabrikant Lundia. In 1984 verhuist hij naar Utrecht en gaat hij als ontwerper aan de slag bij Studio Grijs, destijds een bekend Utrechts bureau dat zich bezighield met meubelontwerp en woningbouw. Vanuit Utrecht volgt hij nog een vijfjarige opleiding aan de Academie voor Bouwkunst in Amsterdam en specialiseert hij zich tegelijkertijd tot een allround architect. In de Domstad voelt Willemsen zich prima thuis, zowel privé als zakelijk. Met enige regel-

maat stelt hij zijn huis open voor publiek en zijn Utrechtse projecten bezoekt en begeleidt hij het liefst per fiets.

HELPEN

Post Erasmuslaan 5, zijn nieuwste project, biedt naast ruimte voor exposities, rondleidingen en concerten tevens werk- en logeerruimte voor 'artists in residence' en logees. Willemsen: "Ook is er nog plek voor ondernemers die complementair zijn aan ontwerpen en bouwen. Samenwerking met andere Utrechtse ondernemers staat, net als bij al mijn projecten, ook hier centraal. Elkaar helpen en aanvullen brengt je niet alleen verder, het creëert ook betrokkenheid bij elkaar en elkaars werkveld. Om die reden ben ik sinds 2 jaar ook actief partner bij De Slinger Utrecht, dat als betrokken netwerk de contouren van een toekomstagenda voor Utrecht bepaalt. Die rol past me wel!"

Asnova architecture
Erasmuslaan 5, Utrecht
www.asnova.nl
030 – 240 04 46

Sinds medio 2017 is Asnova architecture gevestigd in het monumentale huizenblok van Rietveld in Oost, waar onder de naam Post Erasmuslaan 5 een centrum voor kunst en architectuur wordt gerealiseerd met Kuiper van Tuinen architecten, Scratch Interiors en Mieke van Pijpen interieurarchitectuur. Het past als project prima binnen de indrukwekkende portfolio van het Utrechtse bureau. Dat begon in Utrecht met de verbouwing van Muziekcentrum Vredenburg, gevolgd door projecten als Stairway to Heaven aan de Mariaplaats en Mad Mick en Big Mamou aan het Oud-Kerkhof. Asnova architecture groeide in 30 jaar uit tot een veelzijdig bureau met expertise in architectuur, interieur, restauratie en transformatie. De naam van zijn bureau licht Ronald Willemsen graag toe: "Asnova was een Russische avant-garde beweging van architecten en kunstenaars die in de twintig- en dertigerjaren van de vorige eeuw een nieuwe





De nieuwe terminal voor Lelystad Airport is ontworpen door Paul de Ruiter Architects.

LELYSTAD AIRPORT VERDEELT ONDERNEMERS IN DE REGIO

De nieuwe start- en landingsbaan ligt er al en de bouw van de terminal is gestart. Maar of Lelystad Airport op 1 april 2019 open gaat, is allerminst zeker. Laagvliegroutes, onder andere boven de Veluwe, zorgen voor onrust en weerstand. De discussie rond de luchthaven verdeelt bewoners, ondernemers en zelfs overheden onderling. "Als de opening van Lelystad Airport wordt uitgesteld, leidt dat tot directe economische schade."

TEKST ALICE VAN SCHUPPEN | APA TEKST

Lelystad Airport moet als vakantieluchthaven vanaf 2019 Schiphol ontlasten. Schiphol loopt tegen het maximale aantal vluchten aan en heeft ruimte nodig om de internationale concurrentiepositie te versterken. Lelystad en de provincie Flevoland zijn blij met de nieuwe luchthaven die extra banen oplevert en de economische ontwikkeling van de regio vooruit helpt. Maar er is ook verzet. Met name in Overijssel en Gelderland vreest men voor geluidsoverlast. De aanvliegroutes voor Lelystad moeten vooralsnog onder een maximum hoogte blijven om het vliegverkeer rond Schiphol

niet te hinderen. Herindeling van het luchtvaartterrein kan uitkomst bieden, alleen duurt dat proces nog zeker vijf jaar.

ZWIJGENDE MEERDERHEID

"Daar kunnen we niet op wachten. Ondernemers rekenen op Lelystad Airport", zegt Cees Okkerse, voorzitter van de actiegroep 'Lelystad Airport moet door'. Half december haalde de actiegroep binnen een week 10.000 stemmen op vóór opening van de luchthaven op 1 april 2019. Volgens de paginagrote advertentie in NRC Handelsblad, bekostigd uit donaties, om de

'zwijgende meerderheid een stem te geven'. Okkerse zegt zeker 800 ondernemers, uit diverse sectoren, te vertegenwoordigen. Niet alleen uit Flevoland, ook uit Overijssel en Gelderland.

"Er is al 80 miljoen euro geïnvesteerd", becijfert Okkerse. "In infrastructuur en bereikbaarheid." Maar dat is niet het enige. "Bedrijfsterreinen zijn uitgegeven, hotelketens gaan zich hier vestigen en het onderwijs sorteert voor op de komst van Lelystad Airport met specifieke opleidingen. Agrarisch ondernemers profiteren ook, zij hebben onder meer al een deal gesloten

over het onderhoud van de grond rond de luchthaven." Okkerse stelt dat ook ondernemers in aangrenzende regio's voordeel hebben van Lelystad Airport. "Een luchthaven is een belangrijke vestigingsfactor voor bedrijven", geeft hij aan. "En er is een enorme behoefte aan werkgelegenheid in de regio."

Stichting Red de Veluwe heeft een heel andere kijk op de effecten voor ondernemers. Net als andere tegenstanders voorziet de stichting juist omzetting en verlies aan werkgelegenheid, met name in de toeristische sector. Ondernemers uit Hoenderloo, die door de stichting zijn bevraagd, verwachten bijna allemaal dat de komst van de luchthaven negatieve gevolgen voor het toerisme zal hebben. Stichting Red de Veluwe wil dat de plannen voor Lelystad Airport de ijskast ingaan totdat de herindelings van het luchtruim klaar is.

VERTROUWEN HERSTELLEN

Ook het bestuur van de Regio FoodValley stelt zich op dit standpunt. Het regiobestuur heeft verbetervoorstellen gedaan voor de vliegroutes, maar noemt de reactie hierop van het ministerie 'te summier'. In een brief vraagt de regio de minister om het lokale bestuur serieus te nemen. "Vertrouwen kan alleen worden hersteld door eerst te wachten op de herindelings van het luchtruim", aldus het regiobestuur. Provincie Gelderland heeft eveneens aan de minister laten weten dat ze de overlast voor inwoners onnodig

groot vindt en dat er nieuwe, acceptabele vliegroutes moeten komen. De indeling van het luchtruim en de Milieu Effect Rapportage (MER) zijn niet op orde, zo concludeert de provincie.

Daarmee verwijst de provincie naar de fouten die zijn gemaakt in geluidsberoekekingen in de MER. "Fouten moeten worden hersteld", stelt wethouder Jop Fackeldey van Lelystad voorop. In het kamerdebat vlak voor kerst heeft minister Van Nieuwenhuizen toegezegd dat de MER gecorrigeerd wordt en dat ze zorgvuldig zal zijn. Tegelijkertijd zal ze zich inspanssen voor opening van Lelystad Airport op 1 april 2019. Een motie van de SP om de opening van Lelystad Airport uit te stellen tot herindelings van het luchtruim klaar is, haalde het net niet. "De overlast staat niet in verhouding tot het economisch belang", vindt de wethouder. "Ik geloof niet dat de vakantieparken onmiddellijk leeg zullen lopen."

Fackeldey wijst als pleitbezorger op de cruciale rol die Schiphol speelt in de Nederlandse economie. Dat groei van de luchtvaart botst met de klimaatdoelstellingen, vindt hij niet thuishoren in de discussie rond de nieuwe luchthaven. "Dat debat moet in de Tweede Kamer worden gevoerd en niet over de rug van Lelystad Airport", stelt de wethouder. "En zelfs als de luchtvaart niet groeit, is verplaatsing van vluchten naar Lelystad een goed idee. In een dichtbevolkt gebied als Amsterdam levert luchtvaart meer hinder op."

HET BESTE VOOR IEDEREEN

Fackeldey verwacht dat ondernemers, ook in Overijssel en Gelderland, voordeel hebben van Lelystad Airport. "De ontwikkeling rond Eindhoven Airport toont aan dat bedrijven in de ruime omgeving profiteren", zegt de wethouder. Dick van Ravenhorst, bestuurslid van de Barneveldse Industriële Kring (BIK), verwacht ook wel dat Lelystad Airport voordelen zal hebben voor bedrijven in de FoodValley regio. "Er zijn hier veel internationale bedrijven gevestigd, wij hebben zelf ook regelmatig buitenlandse klanten op bezoek", zegt hij. "Een goede infrastructuur wil iedereen. Maar het is net als met windmolens: niemand wil het in de achtertuin." Daarmee verwoordt hij precies waarom partijen zo verdeeld zijn. "We zijn als bedrijvenkring altijd voorstander van economische ontwikkeling", zegt Van Ravenhorst. "Ook in de toeristische sector. We proberen ieders belang goed te behartigen." Het beste voor iedereen zou zijn dat vliegtuigen van en naar Lelystad hoger aanvliegen, vindt de ondernemer die zich zo aansluit bij het standpunt van de provincie Gelderland en Regio FoodValley. Dat uitstel van Lelystad Airport negatief uitwerkt voor sommige bedrijven en al gedane investeringen, vindt hij een te eenzijdige opvatting. "Je moet breder kunnen kijken en het algemeen belang inzien."



Cees Okkerse overhandigde namens de initiatiefgroep 'Lelystad Airport moet door' op 19 december een petitie aan leden van de Tweede Kamer.

TOPLOCATIES IN UTRECHT




★ ★ ★ ★

Oud London

MEETING & EVENTS

Hotel Restaurant Oud London gelegen aan de rand van Zeist en midden op de Utrechtse Heuvelrug is een uitnodigende en gastvrije plek om elkaar te ontmoeten en professioneel zaken doen.

Als organisator van een bijeenkomst in welke vorm dan ook, bent u gericht op het uiteindelijke resultaat. U heeft een doel voor ogen en u zoekt faciliteiten die kunnen helpen om dat doel te halen en mooier nog, die de verwachtingen van de bijeenkomst zullen overtreffen (de WOW factor!).

U zoekt dus een locatie, of beter, een partner die snapt wat u bedoelt en u helpt om de bijeenkomst te organiseren. Hoe meer input van uw kant, hoe beter wij in staat zijn u te adviseren en te faciliteren. Oud London kijkt graag met u naar uw doelstellingen en helpt u een succesvol return on "eventment" te halen.

U investeert immers in uw medewerkers, relaties en/of klanten en het resultaat moet zichtbaar worden. Leg uw vraag bij ons neer en wij vinden samen de beste oplossing.

Hotel Restaurant Oud London, Woudenbergseweg 52, 3707 HX Zeist
 t (0343) 49 12 45 | www.oudlondon.nl e sales@oudlondon.nl

Muntgebouw Utrecht

Een uniek monument en letterlijk een locatie van *waarde*

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MUNTGEBOUW-UTRECHT.NL



100% VERGADEREN

.....

100% VINEYARD

VERGADERLOCATIE MET RESTAURANT

VINEYARD FOOD & DRINKS
 Atoomweg 63, Utrecht
 t. 030-3035577
 w. www.vineyardfoodanddrinks.nl
 e. info@vineyardfoodanddrinks.nl




www.woudschoten.nl

nice to meet



**Mariënhof
Amersfoort**

Een onbeschrijfelijk
stadsklooster met
hart en ziel

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MARIENHOF.NL



CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN



CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN



www.kontaktderkontinenten.nl - Soesterberg



**De Markies
Restaurant**




Zakelijk
& Privé
van 2 tot 300
personen





Koffie - Borrel • Lunch - Diner • Vergadering - Presentatie
Receptie • Feestavond • Huwelijk • Condoleance • Partycatering



Valk Boumanlaan 61 • 3446 GG - Woerden • 0348-431399
www.restaurantdemarkies.nl



RESTAURANT
T'WAPEN VAN HAARZUYLEN



Lunch | Buffet | Diner | Vergadering
High- Tea | Barbecue | Feest | Receptie

Brink 2 | 3455 SE Haarzuilens | Tel: 030-6771998
www.wapenvanhaarzuylens.nl



DE HEEREN VAN MAARSSSEN BIEDT GEVARIËERDE BUSINESSPROGRAMMA'S
RONDOM HEERENKAMER

ZAKELIJKE SFEER MET EEN VLEUGJE NOSTALGIE

Locaties voor zakelijke bijeenkomsten, je vormt je er al gauw een globaal beeld bij. Laat dat helemaal los en stap in de wereld van De Heeren van Maarsssen, waar een overweldigende sfeer met een vleugje nostalgie hand in hand gaat met een moderne, verrassende kijk op zakelijke bijeenkomsten. Daarbij overheerst een gevoel van 'welkom'.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN FOTOGRAFIE: AART VAN DER HAAGEN, DE HEEREN VAN MAARSSSEN

Waar je met een zakelijk doel misschien de neiging hebt om bij een accommodatie achteloos naar binnen te stappen, maakt De Heeren van Maarsssen de tongen los. Je raakt er letterlijk en figuurlijk niet uitgekeken. Een bar die zijn oorsprong vindt in een Franse apotheek, een authentieke haard, glas-in-loodramen, speelse hoogteverschillen, spiegels, kroonluchters en overall warm geel licht, het interieur ademt een koloniale sfeer. Nostalgische huiselijkheid is troef, zonder dat het doorslaat richting oubolligheid of overdaad. Integendeel; je blijft je verbazen over de rijke en verrassende decoratie, met alle elementen zorgvuldig op elkaar afgestemd en daardoor een voldoende rustige

uitstraling. Nadat het echtpaar Westerhout deze horecagelegenheid in het groene buitengebied acht jaar geleden overnam, stelden klanten vast dat De Heeren van Maarsssen (voorheen genaamd De Colonie) echt een ziel had gekregen. Een mooi eerbetoen aan de oorsprong, namelijk het allereerste sterrenrestaurant van Nederland (De Wilgenplas), in 1961 opgericht door de toenmalige topkok Henry van der Veer.

TWEE BELANGRIJKSTE MOMENTEN

"Nu profileren we ons vooral als een heel laagdrempelige plek voor alle doelgroepen, jong en oud, particulier en zakelijk," zegt eigenaresse Irma Westerhout, nadat de historie

kort ter sprake is gekomen. Haar echtgenoot en compagnon Jack Westerhout vult aan: "Iedereen moet zich hier welkom voelen. Dat begint al met een persoonlijke ontvangst door één van ons of onze bedrijfsleiders, Suzanne van Veenendaal en Forty Mossel, die hier van begin af aan meedraaien. Wij beschouwen het binnenkomen en weggaan van onze gasten als de twee belangrijkste momenten om de juiste indruk achter te laten en hechten er veel waarde aan om als het gezicht van de zaak naar buiten te treden. De verschillende doelgroepen bedienen we met onder andere een high tea, een high wine, een brunch, een diner, een walking dinner, een buffet en eten op basis van

een uitgebreid keuzemenu of à la carte." Irma Westerhout: "Daarnaast leent onze locatie zich perfect voor feesten en partijen, maar de laatste jaren mikken we vooral ook heel doelbewust op de zakelijke markt, van diners en lunches in een stijlvolle ambiance tot het faciliteren van vergaderingen en workshops."

HEERENKAMER

Investeerde het echtpaar al eerder in de aanleg van een overdekte lounge en een terras met overkapping aan de voorzijde, voorzien van verwarming, twee jaar geleden viel - ingegeven door vraag uit de markt - het besluit om een speciale ruimte voor zakelijke bijeenkomsten aan te bouwen. "Onze Heerenkamer, die we zelf vaak omschrijven als 'De Heeren van Maarssen 2.0', omdat we hier onze stijlvolle ambiance in een moderner jasje hebben gegoten," vertelt Jack Westerhout. "Dat zie je enerzijds terug in de uitstraling en anderzijds in de beschikbaarheid van apparatuur volgens de laatste normen, zoals een beamer en een geluidsinstallatie met microfoons. De Heerenkamer laat zich heel flexibel indelen, bijvoorbeeld voor een receptie tot honderd mensen tot een theateropstelling voor zestig personen. Je kunt ook met veertig man aan geschakelde tafels vergaderen, naar wens voorafgegaan door een ontvangst aan statafels. Bovendien hebben we er een getrappt privéterras aangelegd, voorzien van een enorme parasol. Hartstikke leuk om daar bij

redelijk weer te borrelen, brainstormsessies in groepjes te houden of wat dan ook."

AFWISSELING IN SFEREN

In combinatie met het restaurant van 140 zitplaatsen, het terras met een capaciteit tot 180 mensen en de genoemde lounge biedt De Heeren van Maarssen talloze variatiemogelijkheden. Jack Westerhout: "Zo kunnen onze zakelijke gasten een afwisseling in sferen ervaren, terwijl we ondertussen eventueel de Heerenkamer ombouwen voor een ander onderdeel van het programma. Terwijl de mensen gezellig borrelen, toveren wij de vergaerruimte van 's middags om tot een feestzaal voor 's avonds. Daarmee spelen we heel flexibel in op de wensen en behoeften; 'nee' kennen we niet." Een ander pluspunt van De Heeren van Maarssen schuilt in de gratis parkeerplaats voor maximaal 140 auto's, met tevens de mogelijkheid bussen te stallen. Daarnaast bevindt de locatie zich mooi centraal in den lande, qua infrastructuur strategisch gelegen tussen de A2, de A27 en de Zuilense Ring bij Utrecht. Westerhout: "Ideaal dus voor landelijk werkende bedrijven, die een bijeenkomst willen organiseren voor alle medewerkers, die overal vandaan moeten komen."

PUBQUIZ OP MAAT

Vandaag de dag kiezen veel bedrijven voor een stukje beleving om hun zakelijke bijeenkomsten

aantrekkelijker te maken, iets waarin het team van De Heeren van Maarssen graag actief meedenkt. "Daarvoor werken we samen met verschillende evenementenbureaus, want hoewel mijn man en ik al 35 jaar samen in de horeca zitten, realiseren we ons dat dat een apart specialisme vormt," zegt Irma Westerhout. "Je kunt het zo gek niet verzinnen of het is mogelijk, van een Solextour rond Loosdrecht tot een Kevertocht (met oude Volkswagens dus, red.), varen op de Vecht met sloepen of een groene, elektrische tour maken per Segway, scooter of step." Jack Westerhout noemt nog wat voorbeelden binnenshuis: "Een ruimte ombouwen tot een casino of een pubquiz organiseren, op maat geschreven voor de klant, met vragen over het bedrijf en de branche. We peilen altijd of de klant zelf ideeën heeft en we doen graag zelf suggesties om het verblijf een bijzonder tintje te geven." Het gevoel van welkom en de ambiance bij De Heeren van Maarssen, met dat vleugje nostalgie, maken de beleving compleet.

Meer informatie:

De Heeren van Maarssen

Maarsseveensevaart 7A

3601 CC Maarssen

Tel.: 0346 561 590

www.deheerenvanmaarssen.nl



SAFARI IN AFRIKA?

Tanzania
Kenia
Madagaskar
Oeganda
Rwanda
Zimbabwe
Namibië
Botswana
Zambia
Mozambique
Seychellen
Mauritius
Zuid-Afrika



Al sinds 1979 dé Afrika specialist

Ruim 100 uitgekiende reizen vindt u op jambo.nl en in onze brochure of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat.
De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!



MAG IK MENEER KRISTEL EVEN SPREKEN?

DOOR KRISTEL GROENENBOOM

Niet alleen in loondienst doen zich nog altijd verschillen voor tussen mannen en vrouwen. Ook vrouwelijke ondernemers hebben te maken met vooroordelen en worden anders benaderd dan hun mannelijke equivalenten. Dat is althans de ervaring van Kristel Groenenboom. Sinds haar 23e runt zij een containerbedrijf. Anders dan bijvoorbeeld de zakelijke dienstverlening is zo'n technische bedrijfstak nadrukkelijk een mannenwereld. Dat maakt het voor een vrouw aan het roer, zeker een jonge vrouw, tot een forse uitdaging. Groenendijk slaat zich er met verve en veel humor doorheen maar legt in haar boek de vinger regelmatig op de zere plek. Daarbij beperkt zij zich niet tot haar ervaringen als vrouw in een mannenwereld. Bijvoorbeeld ook vooroordelen ten aanzien van leeftijd en de vermeende noodzaak tot groei komen aan bod.

184 pag. ISBN 978-94-6126-241-7. € 16,95. Haystack.



TRENDS 2018

DOOR ADJIEDJ BAKAS

Voorafgaand aan het nieuwe jaar geeft trendwatcher Adjiedj Bakas steevast een inkijkje in zijn glazen bol. 2018 is het jaar van de hond, althans volgens de Chinese astrologie. Bakas verwacht dat dit onder meer tot uitdrukking komt in een toenemende waakzaamheid bij het verdedigen van vrijheid en tolerantie. Ook signaleert hij roedelvorming; groepen met familie, gelijkgestemde vrienden en familie die vooral op elkaar gericht zijn en zich afsluiten van mensen wiens mening hen onwelgevallig is. Op de arbeidsmarkt komt de nadruk te liggen op vaardigheden die niet geautomatiseerd kunnen worden. Empathie en communicatief vermogen worden in tal van beroepen alsmaar belangrijker. Vaak maakt dat omscholing nodig. Verder verwacht Bakas dat de tendens tot uitbesteding ook het mkb bereikt. Dit leidt tot de opkomst van de mzp'er, een mkb'er zonder personeel. Net als familie een van de nieuwe termen die Bakas introduceert in zijn jongste boek. Ook daarmee blijft hij de traditie trouw.

184 pag. ISBN 978-94-9193-237-3. € 9,95. Dexter.



HET PROBLEEM MET PROBLEMEN

DOOR WOUTER FIOOLE

Problemen te lijf gaan met de grootste kans op succes begint met het besef dat veel afhangt van de manier waarop je een probleem bekijkt. Vooroordelen en vertrouwde shortcuts kunnen leiden tot een automatische piloot die sommige problemen onoplosbaar maakt. Wouter Fioole ontwikkelde een methode waarmee problemen gestructureerd worden benaderd. Daartoe verdiepte hij zich onder meer in de werkwijze van mensen die foutloos moeten acteren: artsen, rechters, bruggenbouwers. Een aantal wijze lessen uit het boek: realiseer je dat het oplossen van een probleem tijd kost. Richt je niet op symptomen maar ga ook niet altijd – hoe logisch het ook klinkt – op zoek naar de ultieme oorzaak van het probleem. Soms is deze niet meer traceerbaar of simpelweg te complex. Richt je daarom op die oorzaak waar je nog wel invloed op hebt.

182 pag. ISBN 978-94-6126-247-9. € 23,50. Haystack.



DE MANAGEMENTMONOLOGEN

DOOR GYURI VERGOUW

Door de alsmaar groeiende hoeveelheid managementliteratuur is het bijkans ondoenlijk om overzicht te houden. Alles lezen gaat niet, dus welke selectie maak je? Wat is echt relevant en doorstaat de tand des tijds? Om te helpen door de bomen het bos te zien, schreef Gyuri Vergouw De managementmonologen. Vergouw – econoom, organisatieadviseur, toezicht-houder en auteur – scheidde voor zijn tiende boek het kaf van het koren. Via hoofdlijnen als leiderschap, veranderen, strategie en financiën houdt hij de belangrijkste theorieën tegen het licht, schetst hun essentie en waarde. Eigenlijk weten we maar één ding echt zeker, constateert Vergouw: bijna niets werkt altijd en overal en bijna alles werkt wel eens ooit en ergens.

172 pag. ISBN 978-90-2441-437-6. € 22,50. Boom.





BOWLEN IS GESCHIKT VOOR IEDEREEN

Steeds meer bedrijven weten Olround Bowling in Veenendaal te vinden. Met het hele bedrijf kijken wie de meeste strikes gooit en daarna gezellig eten. "Wie op de baan staat wil winnen."

TEKST MARLIES DINJENS

Gasten van Olround Bowling zijn vaak verbaasd als ze het vernieuwde bowlingcentrum binnen lopen. Tot drie jaar geleden was het pand in handen van een andere eigenaar, die weinig onderhoud pleegde. Van onder tot boven werd het pand in het centrum van Veenendaal vernieuwd en voorzien van een nieuw interieur. Bij de banen staan gezellige Chesterfield banken en er is zelfs een open haard. "In de afgelopen maanden hebben we nog meer gewerkt aan het neerzetten van die huiselijke sfeer", zegt general manager Valentijn Stronks van Olround Bowling. "Dat past ook echt bij onze vestiging in Veenendaal." Ook steeds meer zakelijke gasten weten de bowlingbaan te vinden. In het restaurant kunnen bedrijven tot honderd personen tegelijkertijd eten. Een uurtje

bowlen met collega's, daarna grillen van de hotplate en onbeperkt borrelen. De 1-2-3 deal is het populairste arrangement bij Olround Bowling. "Bowlen is competitief, iedereen die op de baan staat wil winnen."

'IEMAND VAN BOVEN DE VIJFTIG VINDT KARTEN MISSCHIEEN SPANNEND. BOWLEN KAN IEDEREEN: VAN DRIE TOT TACHTIG'

Tegelijkertijd is het ook heel gezellig. Als iemand anders een strike of een 'goot bal' gooit dan geniet iedereen mee."

ARRANGEMENTEN

De concurrentie ten opzichte van andere

horeca is in Veenendaal groot. "Het aanbod van hoogwaardige horecazaken bij ons in de buurt is groot. Wij kunnen naast een goed diner echt iets extra's bieden: gezellig met elkaar bowlen." Gasten maken graag gebruik van all inclusive arrangementen. "Ze willen wel geld uitgeven, maar dan moet wel vooraf duidelijk zijn hoeveel." Olround biedt een hotplate buffet met 36 verschillende ingrediënten. Zo kan een groep van honderd man in een keer aan tafel zitten, zonder dat mensen op de kok moeten wachten. "Een hotplate lijkt op een gourmetstel, maar de plaat is dunner waardoor het vlees beter bakt en minder snel aanbrandt."

GEZELLIGE SFEER

Olround Bowling heeft vestigingen in

Utrecht, Haarlem, Nijmegen en Veenendaal. Gasten in Veenendaal zijn direct en eerlijk, zegt Stronks, maar de sfeer is over het algemeen gemoedelijk. "Daarom hebben we ook hard gewerkt aan het neerzetten van een huiselijke setting. Net alsof de gasten thuis op de bank in de woonkamer zitten."

Niet alleen voor gasten, maar ook voor personeelsleden vindt Stronks een goede sfeer belangrijk. "Bij Olround is de sfeer familiair en gaan collega's ook buiten werktijd graag met elkaar om. We hebben twee vaste medewerkers en een twintigtal studenten die hier als bijbaan werken. Na het werk gooien we nog even samen een balletje en drinken een borreltje. In de horeca draait alles om de teamspirit. Als de toiletjuffrouw ziek is of er is te weinig barpersoneel dan is de ervaring van de klant slecht. Je doet het echt samen."

INSPIRATIE UIT AMERIKA

De gasten van Olround zijn particulier en zakelijk. "Die verdeling is ongeveer 60/40. Gasten komen hier graag voor een teamuitje en particulieren voor bijvoorbeeld een kinderfeestje. Daar maken we echt een beleving van, met een leuk cadeautje voor de jarige en speciale tools om het bowlen gemakkelijker te maken, zoals bijvoorbeeld lichte ballen of een hekje waardoor de bal op de baan blijft."

Een keer per jaar gaat Stronks met het management op reis om inspiratie op te doen. In de VS deed hij bijvoorbeeld een bijzonder idee op om reclame te maken. "Je zag daar mensen in grote pakken in de vorm van een bowlingkegel rondlopen. Zo'n pak hebben we ook gekocht en dat werkt erg goed om reclame te maken in het centrum van Veenendaal."

In de Verenigde Staten kunnen bowlers wel geld verdienen met hun sport. "In Nederland had je tien jaar geleden nog wel zo'n vijftienduizend sportbowlers. Dat aantal is gedaald tot tienduizend", zegt Valentijn Stronks van Olround Bowling. "Waarschijnlijk heeft het ook te maken met de aandacht voor de sport. Ik zie bijna nooit iets over bowlen op televisie." Voor de bowlingsport is het dan ook een mooie stimulans dat de Nederlandse bowler Xander van Mazijk onlangs wereldkampioen bowlen is geworden.

SPORTCOMPETITIE

In Veenendaal is drie jaar geleden een sportcompetitie opgestart waar nu vijftig fanatieke bowlers aan meedoen. "Ook heb-



Gezellig om de hotplate met het bedrijf

- De meeste groepen boeken een arrangement inclusief een driegangendiner, waarbij Olround hotplates op tafel zet. Die brengen als voordeel met zich mee dat mensen niet op een kok hoeven wachten aan het buffet en daarmee langer gezellig bij elkaar kunnen zitten. Er zijn diverse arrangementen, zoals biertje-balletje-bowlen en speciaal voor bedrijven de 1-2-3-deal: één uur bowlen, twee uur dineren en tegelijkertijd drie uur drinken.
- Gasten die personeels- of bedrijfsuitjes bij het bowlingcentrum organiseren, kunnen dat eventueel combineren met een formeel programmaonderdeel, zoals een presentatie, een training of een vergadering.
- Aan de prijsuitreiking na het bowlen wordt extra aandacht besteed. Zo gaat de winnaar met een heuse beker naar huis.

ben we een competitie voor bedrijven in de omgeving en een gezelligheidscompetitie. Die is ook geschikt voor mensen die gezellig voor een drankje komen."

Olround heeft nog meer ambitie voor de komende jaren. Zo moet er een vijfde vestiging openen in Maastricht. Wat bowlen zo

uniek maakt, zegt Stronks is dat het geschikt is voor alle leeftijden. "Iemand van boven de vijftig vindt karten misschien spannend. Bowlen kan iedereen, van drie tot tachtig."

www.olroundveenendaal.nl



"Er is een nieuw bewustzijn ontstaan bij mensen, waardoor zij weer meester kunnen worden over hun eigen situatie", aldus Herman Wijffels.

HERMAN WIJFFELS BENADRUKT BELANG VAN EIGEN VERANTWOORDELIJKHEID

'HET MOET RADICAAL ANDERS'

Juist binnen het ondernemerschap en de financiële sector, waar vooral de focus lag op financiële successen, hamerde hij op het belang van rentmeesterschap en duurzaamheid. Econoom Herman Wijffels windt er geen doekjes om: "Je bent er niet alleen om voor jezelf te zorgen. Je draagt verantwoordelijkheid voor de hele maatschappij."

FOTOGRAFIE: JAN-FOTOGRAFIE

Om het leven op aarde leefbaar te houden, moeten we naar circulaire processen waarin we niet langer consumeren en weggooien, maar leren produceren en consumeren in balans met de natuur. "De kern van mijn boodschap is dat wij op dit ogenblik leven in een tijd waarin we de economie helemaal opnieuw moeten inrichten", aldus Wijffels. "Het moet radicaal anders. We vragen namelijk meer van de aarde dan dat er nog beschikbaar is."

RENTMEESTERSCHAP

Het rentmeesterschap (we hebben de aarde slechts in bruikleen en moeten haar goed beheren voor volgende generaties) beleeft hij als een zendingsoverdracht. "De komende tijd hebben wij een positie nodig waarbij we ons niet zozeer boven al het andere stellen, maar ons bewust zijn van het feit dat wij deel uitmaken van een complex en onderling verbonden geheel", licht hij toe. "Dan is al het andere behandelen als ding waar we naar geloven gebruik van kunnen maken niet goed genoeg. We moeten ons in zekere zin bescheidener opstellen. Dat is wat mij betreft een cultureel aspect van het hele duurzaamheidsstreven."

EIGEN VERANTWOORDELIJKHEID

Menselijke waardigheid, eigen verantwoordelijkheid en solidariteit zouden volgens Wijffels dan ook in de bagage moeten zitten van iedere hedendaagse wereldburger. "Wanneer ik voor een groep mensen spreek, krijg ik achteraf regelmatig de vraag: 'Hoe gaan ze dat nu oplossen?' Kijk eens in de spiegel, daar begint het. Elke beslissing die je maakt, is relevant. Hoe zijn de spullen geproduceerd die je koopt, waar komt je kleding vandaan? Voor welk soort vervoer kies je? zijn vragen die je jezelf regelmatig dient te stellen."

RESETTEN

Wie echt voeling wil hebben met het onderwerp duurzaamheid zou zichzelf als het ware eerst moeten resetten, meent Wijffels. "Je zou als het ware de software waar je op draait als mens, oftewel je operating system, moeten herschrijven." Om mensen daarbij te helpen, neemt Wijffels regelmatig ondernemers mee naar de Afrikaanse wildernis. Hier wordt duidelijk gemaakt dat ook ondernemers gebonden zijn aan door de natuur gestelde grenzen. "Hier trek je een week rond met alleen een tentje op je rug en eten voor een week", legt hij uit. "Alles waarmee je in het dagelijkse leven opereert, is hier van geen enkel belang. Veel mensen die hieraan

deelnemen, ervaren dit als een lifechanging experience."

NIEUWE GENERATIE

Bij de nieuwe generatie is het erkennen van het belang van duurzaamheid meestal al van nature aanwezig, vertelt Wijffels. "Eigendom en bezit zijn voor hen minder vanzelfsprekend. Bovendien wil deze generatie zelf bepalen wat de kwaliteit van leven is. Dit zijn dan ook mensen die je de leiding ziet nemen bij energie-, zorg-, en voedselcoöperaties. Kijk bijvoorbeeld naar onderling ingekochte zorg. Zorg is niet alleen meer iets van de overheid. Jaren van investeren en opleiden leidt tot mensen die heel veel zelf kunnen en dit vervolgens ook gaan doen. De nieuwe technologieën, zoals 3D-printen, helpen hierbij en werken democratiserend. Er is een nieuw bewustzijn ontstaan bij mensen, waardoor zij weer meester kunnen worden over hun eigen situatie."

CIRCULAIRE ECONOMIE

De circulaire economie zal op den duur gemeengoed worden voor iedereen. "Door grondstoffen te hergebruiken, doe je veel minder een beroep op de aarde", vertelt Wijffels. "De stoel waarop je nu zit, kun je zien als een voorraad grondstoffen die na gebruik weer toegepast kunnen worden voor een nieuwe productiecyclus." Ook het lokaal en regionaal samenwerken wint volgens Wijffels aan populariteit. "Belangrijke economische processen kun je beter lokaal en regionaal organiseren dan dat je de goederen ergens verderop in China laat maken. Nieuwe technologieën zoals 3D-printen maakt het produceren van artikelen goedkoper, zodat je het in eigen land kunt produceren. De tendens is absoluut dat de komende tijd de economie zich verder regionaliseert. Energie die je over hebt door energieopwekking kun je bijvoorbeeld delen met een

ander bij jou in de buurt die het nodig heeft. Wanneer ondernemers hun economische activiteiten op elkaar afstemmen en niet gesegmenteerd en geïndividualiseerd te werk gaan maar meer samenwerken kunnen zij heel veel voor elkaar betekenen. Het kan alleen leuker worden als we ieder ons steentje bijdragen."

EEN GOED LEVEN

De kern van goed leven is volgens Wijffels je bijdrage leveren aan het zo goed mogelijk doorgeven van het leven naar een volgende generatie. "Maak iets van je eigen leven, maar doe dat op een zodanige manier dat de volgende generaties ook weer de kans krijgen om zelf een goed leven te leiden." Hiermee zet Wijffels, waar hij ook komt, mensen aan het denken dat een mooiere en betere wereld een realistische optie is.



WIE IS HERMAN WIJFFELS?

Herman Wijffels was onder andere voorzitter van de hoofddirectie van de Rabobank, lid van de Board van de Wereldbank te Washington, kabinetsformateur en voorzitter van de SER. Ook was hij tot 2017 hoogleraar Duurzaamheid en Maatschappelijke Verandering aan de Universiteit van Utrecht. Hij was een van de initiatiefnemers van het Sustainable Finance Lab, een platform van wetenschappers die in dialoog met mensen uit de praktijk streeft naar een duurzame financiële sector. Ook was hij voorzitter van de Commissie Structuur Nederlandse Banken met als doel de stabiliteit van het financiële systeem te verbeteren.



GEVOLGEN VOOR ONDERNEMERS:

AANTAL BETAALMETHODEN GROEIT SNEL

Nieuwe technologie en regelgeving zorgen ervoor dat er talloze nieuwe betaalapps en -methoden zullen verschijnen. Dat roept de vraag op wat dit voor een retailer betekent. Welke methoden omarm je en welke niet? En hoe verandert het betalen op langere termijn?

Zowel in ons eigen land als daarbuiten wordt er druk geëxperimenteerd met nieuwe betaaldiensten. Voor het betalen van de tankbeurt of parkeerplek zijn nu al tal van bekende applicaties op de markt. Mobiel afrekenen via een scanbare QR-code of via de contactloze NFC-chip in een telefoon wordt langzaam steeds normaler. Daarnaast experimenteren banken stuk voor stuk met allerlei betaalapps. Een aantal is, zoals dat gaat met experimenten, zelfs alweer geruisloos verdwenen.

"Het aantal betaaldiensten zal voorlopig alleen maar toenemen", legt Max Geerling (Executive Adviser bij Betaalvereniging Nederland en expert op het gebied van elektronisch betalingsverkeer) uit. Banken bieden al hun eigen betaalapps aan. Mogelijk komen ook grote techbedrijven als Apple en Google met hun betaalproducten op de Nederlandse markt. "Consumenten gebruiken de producten van deze grote techbedrijven namelijk al volop", vertelt Geerling. Met mobiele portemonnees zoals Apple Pay en Android Pay kunnen gebruikers hun betaalmethoden in één app bundelen. "Het is dan mogelijk om zowel in de winkel als online te betalen. Alles komt samen op de mobiele telefoon."

MEER OP KOMST

Maar wie over een aantal jaar een klant wil laten betalen, moet er volgens Geerling niet naar van opkijken als dat gebeurt via een betaalmethode die we nu nog helemaal niet kennen. Dit heeft alles te maken met vernieuwde Europese regelgeving, de herziene Richtlijn Betaaldiensten of Payment Services

Directive (PSD2). Vanaf volgend jaar zijn banken verplicht andere bedrijven die daarvoor een vergunning hebben, toegang te geven tot iemands bankrekening en rekeningdata. Mits de rekeninghouder daarvoor toestemming geeft.

Wanneer de klant daarmee instemt, mag zo'n bedrijf via een API - een technische toegangspoort - een betaling opstarten op de betaalrekening. En rekeninginformatie is bruikbaar in software van andere organisaties. In iemands digitale huishoudboekje bijvoorbeeld, of in een systeem waarmee een hypotheekofferte is aan te vragen. "Concreet betekent dit dat betaalbedrijven niet meer afhankelijk zijn van de bestaande infrastructuur van betaalkaarten om een transactie op een bankrekening te starten", vertelt Geerling. "De bedoeling is dat PSD2 zorgt voor meer innovatie. Bedrijven zouden bijvoorbeeld een alternatief kunnen starten voor bestaande online betaalmiddelen."

De manier waarop klanten betalen gaat veranderen, dat staat voor Eus Peters vast. De directeur bij de Raad Nederlandse Detailhandel verwacht vooral betaalmiddelen die zowel online als in de winkel bruikbaar zijn en daarmee aansluiten bij de trend van omnichannel retail. "Bedrijven volgen dit dan ook nauwgezet", zegt hij. "Klanten gebruiken straks offline dezelfde betaalmiddelen als in een webwinkel. De grens tussen verkoopkanalen vervaagt en dat heeft voor ondernemingen voordelen: de boekhouding en productvoorraad worden bijvoorbeeld echt één."

HOE TE KIEZEN?

Maar als klanten naast de huidige offline en online betaalmiddelen straks ook nog kunnen kiezen uit Apple Pay, Android Pay en talloze andere digitale services, zien ondernemers waarschijnlijk door de bomen het bos niet meer. Betekent dit dan dat ze maar alle mogelijke betaalopties moeten accepteren om klanten nog te kunnen helpen? Zoiets zou onverstandig zijn, weten Geerling en Peters.

Peters legt uit: "Het is slim om iedere methode te beoordelen op de beprijzing, het bereik en de conversie. Die eerste factor is natuurlijk een kwestie van marktwerking. Maar willen nieuwe diensten concurreren met het huidige pinnen dan zullen die hun dienst wel heel scherp moeten prijzen, of aanvullende services moeten bieden waardoor een ondernemer of consument wel bereid is iets extra's te betalen."

Hij verwacht dat de keuze hoofdzakelijk gemaakt zal worden op basis van die laatste twee - het bereik en de conversie. Wordt een betaalmethode door een grote groep mensen gebruikt en op veel plekken geaccepteerd? En hoe zeker is de transactie? Van creditcards is het bereik internationaal en groot, maar de conversie niet optimaal. De transactie is namelijk omkeerbaar en niet gegarandeerd. "Van betaalmethoden als iDEAL en PayPal is de conversie juist erg goed, maar de methoden zijn in huidige vorm niet optimaal voor de fysieke winkelomgeving."

KLANTHERKENNING

Er lijkt daarom nog ruimte voor betaalmethodes die speciaal gericht zijn op de omnichannel retailer en zowel online als in de fysieke omgeving makkelijk werken. Over een paar jaar zal het afrekenen heel anders verlopen dan nu en verschillen van klant tot klant. De één betaalt bij de kassa via een mobiele app, de ander loopt naar buiten zonder een betaalhandeling te verrichten. Bij het binnenvandelen is de mobiele telefoon al herkend, bij het verlaten van de winkel wordt het verschuldigde bedrag automatisch afgeschreven van zijn betaalrekening of bijvoorbeeld uit een digitale portemonnee. Of iemand blijkt geregistreerd te staan als trouwe klant en mag daarom op rekening kopen.

"Het proces van herkennen en betalen wordt als het ware in tweeën geknipt", zo schetst Geerling. "Nu is het nog zo dat de klant pas wordt herkend op het moment dat de betaalkaart wordt gebruikt. Maar bij een aanzienlijk



“Een eigen pentoffice is gewoon tof”

Christiaan Bilthof en Niels Levert van Piggy Loyalty kozen voor Pentoffice in BISON Office Spaces




Energie label B


1000 gratis parkeerplaatsen


Direct aan NS-station


Vijf minuten vanaf de A2


Vergaderruimtes

Bison Office Spaces: een duurzame en gerenoveerde kantoorlocatie boven een levendig winkelcentrum. Een scherpe huurprijs, parkeervoorzieningen en gelegen naast een NS-station. Met de trein in 5 minuten in Utrecht CS en in vijftien minuten in Amsterdam CS. BISON Office Spaces, uw slimme keuze.

1 jaar gratis huren (met minimale huurperiode van 5 jaar) met code WT8052018

 **BISON** office spaces
Bisospoor 3000 - 7000, Maarssen, Utrecht

Meer informatie:
bisonoffices.nl



STICHTING
LIVA
WE CARE

 Stichting LIVA
www.stichtingliva.nl



ERP

Warehouse management

Webshops

Een nieuwe
kijk op jouw
business


KING
BUSINESS SOFTWARE

www.king.eu



deel van de klanten gaat straks de mobiele telefoon daarin een belangrijke rol spelen. Aan de hand van de telefoon 'ziet' de ondernemer bij de online of offline binnenkomst en aan de kassa wie hij in zijn winkel heeft en op welke manier diegene het liefste betaalt."

Uit een 'mandje' van beschikbare betaalopties wordt dan automatisch een passende gekozen. "De klant merkt daar dan nog weinig van. Eigenlijk verdwijnt de betaling dus naar de achtergrond. Kijk maar hoe dat nu al gaat bij Uber. Bij het verlaten van de taxi schrijft de app het bedrag automatisch af."

'IEMAND BETAALT DE REKENING'

Of de ondernemers en klanten uiteindelijk gebaat zijn bij die versplintering van het betaallandschap is nog wel de vraag. Natuurlijk zullen er partijen opstaan die al die betaalopties bundelen en in één keer integreren met de kassasystemen. Zo hoeft de ondernemer niet met iedere individuele aanbieder een contract te sluiten. Maar dat is niet automatisch het beste antwoord op de vraag hoe een bedrijf om moet gaan met het toenemend aantal betaalmethoden. Het wordt er voor de retailer namelijk niet per definitie goedkoper van. Linksom of rechtsom betaalt iemand de prijs voor die versplintering.

"Juist daarom is het goed dat bedrijven blijven nadenken over welke betaalwijzen ze omarmen", denkt Peters. Want hoewel vaststaat dat de klant op termijn kan bepalen hoe hij ergens betaalt, moet de ondernemer bewust blijven kiezen voor dat mandje aan opties. Hij verwacht dat zodra retailers klakkeloos iedere nieuwe betaalmethode accepteren, ze niet meer kunnen sturen. "Iedere betaalmerk of -verwerker rekent andere prijzen. Soms tot wel een paar procent over het aankoopbedrag", legt hij uit. Betaalt een klant met een mobiele 'wallet' waarin meerdere kaarten en digitale oplossingen zitten, dan heeft de winkelier geen enkel zicht meer op de methode die daadwerkelijk wordt gebruikt. En wat de transactie hem dus kost. "Het laatste wat een ondernemer wil, is een percentage van de omzet weggeven voor iets dat in de kern een transactie is."

MOGELIJKHEDEN VOOR SAMENWERKING

Geerling zegt in deze situatie kansen te zien voor betaaldienstenaanbieders. Net zoals er tussen betaalaanbieders wordt samengewerkt met iDEAL en het pinnen (Maestro en V PAY), zo zouden bedrijven nu kunnen optrekken om tot één nieuwe oplossing te komen die extra toegevoegde waarde biedt voor zowel de ondernemer als de consument.

"Maar de betrokken partijen moeten hier dan wel de gezamenlijkheid zoeken." Geen ondernemer is er in zijn ogen uiteindelijk bij gebaat als de markt wordt overspoeld door betaalmethodes met minimaal bereik en fikse kosten.

Voor de korte termijn is versplintering onvermijdelijk verwacht Peters. Maar daarna zullen betaalbedrijven en banken naar elkaar toetrekken voor samenwerking. Mede daartoe aangezet door ondernemers en hun kassa's en betaalterminals die digitaal worden en in de cloud samensmelten. Dan is samenwerking een must. "Soms moet je even loslaten om iets te bereiken", schat hij in. Idealiter zullen betaalbedrijven de ondernemer dan niet alleen helpen aan een betaaloplossing. Maar ook - als de consument dat wil - aan een klantprofiel met voorkeuren en andere data. Uiteindelijk verdwijnt het betalen als aparte handeling dan grotendeels van het toneel. Maar het persoonlijke kennen van de klant komt ervoor in de plaats. Kennis die de retailer weer kan inzetten voor een betere service.

Meer informatie via Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen: www.efficientbetalen.nl

Veel klanten van Petra (l) en Sylvia (r) die voor het eerst hun locatie bezoeken zijn aangenaam verrast.



36

PAND BETUWE IN BEESDBIEDT BEDRIJVEN ONEINDIG VEEL INSPIRATIE

Het is inmiddels een trend om minder spullen te bezitten. Want wie minder bezit is door de bank genomen gelukkiger. Die trend sijpelt ook door naar het bedrijfsleven. Zo zijn er steeds meer bedrijven die geen eigen kantoorlocatie meer bezitten. Dit is wat ondernemers Sylvia Baars en Petra van der Perk waarnemen, sinds ze twee jaar geleden zijn gestart met hun vergaderlocatie Pand Betuwe in Beesd.

TEKST SIMON DE WILDE

"Om in te spelen op deze trend hebben wij het concept 'kantoor voor een dag' bedacht zodat bedrijven zonder vaste plek toch samen kunnen werken", legt Petra uit. Een van de vaste klanten van Pand Betuwe is het consultancybedrijf Gupta Strategists, dat actief is in de zorgsector. "Ze werken vier dagen per week op locatie bij hun opdrachtgever en hebben daarom geen eigen pand. Een dag in de maand komen ze met het hele bedrijf bij ons werken", vult Sylvia aan.

KANTOOR VOOR EEN DAG

Petra vertelt dat de 'kantoorloze' consultants van Gupta Strategists eerst klant waren bij hun andere verhuurlocatie in Beesd: Het Nut (zie kader). Omdat ze behoefte hadden aan veel meer afsluitbare vergaderruimtes in een pand zijn ze overgestapt naar Pand Betuwe.

Daar verspreiden de twintig consultants zich elke maand op vrijdagochtend over de vijf vergaderruimtes van het pand alsof het hun eigen bedrijfspand is. Tussendoor kunnen ze in de gezamenlijke ruimtes op de loungebanken verder praten en nemen ze de flip-over mee. Daarin zijn ze helemaal vrij. "Op verzoek bereiden wij een lunch of doen we iets anders extra's", zegt Sylvia. Veel klanten van Sylvia en Petra die voor het eerst hun locatie bezoeken zijn aangenaam verrast. Ze verwachten niet dat ze in het authentieke dorp Beesd een modern ingerichte vergaderlocatie aantreffen in een historisch pand. De stijl omschrijft Petra, die het zelf heeft uitgedacht, als Nederlands met een knipoog naar Scandinavië. "Het pand straalt uit wat wij willen bieden. Focus en inspiratie. De Hollandse kleuren met een strakke en

frisse inrichting, daarbij een warme gastvrijheid en de benodigde faciliteiten en het plaatje voor de ideale vergaderlocatie is compleet", aldus Sylvia. En als klanten echt iets speciaals willen, kunnen ze altijd een workshop boeken. "Naast leuke workshops als koken, barista en wijnproeven zijn we nu ook bezig met een workshop kickboksen", legt Petra trots uit. "We werken daarbij altijd samen met de beste professionals", vult Sylvia aan.

STANDAARD VERGADERING

Natuurlijk is Pand Betuwe ook geschikt voor mensen die wel beschikken over kantoorruimte, maar die eens een keer in een totaal andere omgeving willen overleggen. "Klanten zijn te spreken over de centrale ligging in het land. Mensen komen vaker terug omdat ze

weten dat alles hier kan. Daarmee bedoel ik dat ze ook kunnen lunchen of dineren als ze dat wensen”, zegt Sylvia. Petra vertelt dat kort geleden drie dames de locatie bezochten om hun nieuwe plannen voor 2018 uit te werken en vervolgens een nieuw bedrijf startten.

TRAININGEN

Een andere populaire activiteit in Pand Betuwe is het trainen en coachen van mensen. “We hebben een vaste klant die vorig jaar zes maal een dag lang trainingen heeft verzorgd bij ons. Mensen kunnen zich inschrijven voor die sessie en komen vanuit het hele land hiernaartoe. De trainer weet wat hij kan verwachten omdat hij de locatie kent. Wij vinden het leuk om te zien dat dit bedrijf ook voor komend jaar al meerdere dagen heeft vastgelegd”, zegt Sylvia.

ASSESSMENT

Het feit dat Pand Betuwe over verschillende ruimtes beschikt maakt het een geschikte locatie voor werving en selectie. “Een bedrijf uit het zuiden van het land houdt bij ons voor een klant van hen een groot assessment. Alle kandidaten komen dan aan en ze starten in de gezamenlijke ruimte ‘Kick’ voor de kick off. Daarna verspreiden de kandidaten zich voor de individuele gesprekken in de verschillende ruimtes en aan het einde van de dag sluiten ze gezamenlijk af”, vertelt Petra.

PRODUCTLANCERING

De opdrachtgever is altijd ‘leading’, maar het ondernemersduo denkt graag met hen mee. “Zo komen we samen tot een perfecte dag. Of dat nu voor een training, nieuw te ontwikkelen plannen, een overname of directie meeting is”, zegt Petra. Een groot farmaceutisch bedrijf klopte bij hen aan met de vraag of zij een nieuw product bij hen konden lanceren. Dit kon, maar dit moest in een keer goed zijn want ze konden natuurlijk maar een keer een nieuw product lanceren. Petra en Sylvia hebben de hele locatie omgetoerd tot de locatie van de farmaceut. Tot aan de kleuren toe. “Zelfs de smoothie die we serveerden was in de kleur van hun nieuwe product”, vertelt Sylvia enthousiast. Het is het evenement van de klant, maar de dames zijn flexibel en als de klant dat wil wordt er meegedacht.

“Laatst kregen we een compliment van een klant. Die was zo tevreden met de locatie en de verzorging. Ze hebben een succesvolle en intensieve dag gehad door de juiste focus en inspiratie. Dan zijn we waar we willen zijn”, zegt Sylvia. In 2017 is het bedrijf van Petra en Sylvia hard gegroeid en inmiddels genieten ze landelijke bekendheid. Wat ze ambiëren voor 2018? Meer regionale klanten.

www.pandbetuwe.nl

www.hetnut.nl



Pand Betuwe en Het Nut

Petra van der Perk kocht samen met haar man acht jaar geleden het uit 1863 stammende historische Pand Betuwe. Ze vestigden er beiden hun bedrijf. Van der Perk heeft een achtergrond in event management en het leek haar vanaf de start een goed idee om de enorme ruimte van Pand Betuwe te gebruiken voor meer dan alleen het runnen van hun beide bedrijven.

Enkele jaren later kocht ze in dezelfde straat in Beesd het vrijgekomen pand Het Nut. “Op dit pand was ik al jaren verliefd en ik zag kansen om de kookstudio die er al in zat uit te breiden tot een evenementenlocatie waar ook allerlei workshop en diners gegeven kunnen worden. Het Nut is vooral geschikt voor grote groepen. Om ook kleine groepen te bedienen grepen Van der Perk en Baars de kans toen die zich aandiende. “New Balance klopte bij mij aan vanwege de prachtige industriële locatie in de buurt van Vianen. Ze wilden er hun nieuwe collectie sportschoenen- en kleding showen aan hun klant Footlocker. Alle kantoorspullen gingen er uit en we hebben Pand Betuwe volledig omgebouwd tot een evenementenlocatie waar New Balance haar producten kon showen.” Sindsdien is Pand Betuwe een centraal gelegen vergaderlocatie van grootstedelijk allure met de rust van een dorp.



"PROBEER DE DRIJFVEREN VAN DE ONDERNEMER TE DOORGRONDEN"

Onze oosterburen vormen de belangrijkste handelspartner van BV Nederland. Met een markt die zes tot acht keer zo groot is als die van ons, is het dan ook niet zo vreemd dat ondernemers zich oriënteren op de Duitse markt. Of bedrijven er ook in successen behalen, hangt mede af van hun voorbereiding en plan van aanpak. "Het is bovenal belangrijk om de drijfveren van Duitse ondernemers te doorgronden", aldus Nina Krockow.

Nina Krockow emigreerde in 1997 naar Nederland. Inmiddels heeft zij bijna 20 jaar ervaring opgedaan binnen de business development, marketing en communicatie richting de Duitse b2b en b2c markt. Sinds 2012 helpt zij bedrijven met het aanboren van de Duitse markt via haar eigen bedrijf mind4share. In die 20 jaar maakte zij uitgebreid kennis met de cultuurverschillen tussen Nederland en Duitsland. Het valt haar op dat Nederland nog altijd bepaalde vooroordelen over Duitsland en de Duitsers heeft. Ook denken veel Nederlanders dat ze Duitsland en de Duitse markt goed te kennen, maar dit blijkt op veel vlakken toch een overschatting. "Nederland heeft lange tijd de nadruk gelegd op de verschillen tussen beide landen, mede vanwege het beladen verleden rond de Tweede Wereldoorlog. Daar kwamen ook de nodige negatieve vooroordelen uit voort. Maar sinds 2006 kijkt men een stuk positiever naar het buurland. Toen heeft Duitsland tijdens het WK laten zien dat het een zeer gastvrij land is dat openstaat voor andere culturen. Duitsers durfden toen ook voor het eerst weer feest in de eigen kleuren te vieren, wat men eerder vanwege het verleden vooral niet deed. Ook Nederlanders kijken sindsdien erg positief

naar Duitsland en zijn nu juist geneigd de overeenkomsten tussen beide landen te benadrukken. Met als gevolg dat de nog altijd aanwezige verschillen schromelijk onderschat worden. Hierdoor ontstaat er miscommunicatie en lopen Nederlandse ondernemers handel mis."

DRIJFVEREN

Haar zakelijke en persoonlijke ervaringen in het bedrijfsleven deed Krockow besluiten om een boek te schrijven over deze verschillen. "Tijdens mijn research voor dit boek ontdekte ik dat er wel veel was gepubliceerd over de zakelijke aspecten van het zakendoen en over de culturele dimensies van Duitsland, maar dat beide aspecten eigenlijk nooit met elkaar zijn gecombineerd in één publicatie. Met mijn boek probeer ik duidelijk te maken wat de drijfveren van de oosterburen zijn, want op basis hiervan doen zij natuurlijk ook zaken. Wanneer je door hebt wat die drijfveren zijn en daarmee ook inzicht krijgt in de zakelijke mentaliteit van de Duitsers, kun je dit meenemen in je plan van aanpak. En dan is de kans van slagen een stuk groter." Speciaal voor het aanboren, of 'enteren' van de Duitse markt ontwikkelde Krockow de zogenoemde ENTER-methode. "Dit staat voor

de vijf stappen die je zou moeten doorlopen wanneer je een product of dienst op de Duitse markt wilt brengen: educatie, normen, testen, evalueren en resultaat. Het valt mij op dat er in Nederland heel weinig aandacht wordt besteed aan marktonderzoek. Men focust vooral op de laatste drie punten, wellicht omdat dat voor de Nederlandse markt voldoende is. Maar juist de educatie en de normen, oftewel inzicht in de cultuur van Duitsland, maakt duidelijk wat de drijfveren zijn achter het handelen van Duitse consumenten of zakenpartners. Kennis van hieruit voortvloeiende gedachtegangen en aannames zijn essentieel."

VERTROUWEN

Een belangrijke drijfveer voor Duitse ondernemers en consumenten is vertrouwen. Op basis hiervan doen zij zaken. Dat betekent dat het aangaan van een zakenrelatie met een Duits bedrijf geduld en een lange adem behoeft. "Ook dat heeft weer zijn oorsprong in de culturele achtergrond", geeft Krockow aan. "Duitsers hebben van nature een wat wantrouwige persoonlijkheid. Ten tijde van de Tweede Wereldoorlog en het DDR-tijdperk was men namelijk niet altijd veilig voor de eigen

10 TIPS:

- Buren: accepteer dat wij niet in alles gelijk en niet hoeven te zijn
- Doel: het doel is niet de Deal maar de duurzame loyale samenwerking
- Feiten: bereid je voor op feitelijke argumentatie en vele vragen
- Handelen: jouw manier is niet per se de beste dus wees niet te amicaal
- Normen: verdiep je in de Duitse normen en waarden en gebruik ze voor je eigen voordeel

- Onderzoek: investeer in onderzoek en kennis over land, markt en mensen
- Profilering: ga jezelf en je bedrijf net iets meer in de schijnwerpers zetten dan je normaal zou doen
- Tijd: neem en geef de Duitse zakenpartner tijd om je bedrijf en professionaliteit te leren kennen
- Tutoyeren: wacht totdat je het Du krijgt aangeboden maar verwacht het vooral niet

- Vertrouwen: win je met transparantie en eerlijkheid in woord en geschrift

Nederlanders hebben bij de oosterburen een streepje voor. Ze worden zakelijk gewaardeerd voor hun flexibele instelling, het compromisbereide (onder)handelen en de grote ondernemersgeest.

ZAKELIJK WOERDEN

LUNCH - DINEERT - VERGADERT BIJ:



Restaurant De Markies:

Koffie - Borrel

Lunch - Diner - Vergadering

Feestavond - Huwelijk

Condoleance - Partycatering

Zakelijk & Privé

van 2 tot 300 personen

Voor meer informatie zie:

www.restaurantdemarkies.nl

RESTAURANT DE MARKIES



regering en dat heeft de nodige impact gehad. Daarnaast is een Duitse ondernemer zeer trouw aan zijn leveranciers en zakenpartners. Er wordt aan kwaliteit en service meer waarde gehecht dan aan de prijs. Die vindt men bij die vaste partners. Bovendien brengt wisseling risico's met zich mee en die wil men zo klein mogelijk houden. Dat is ook de reden waarom bijvoorbeeld contracten in Duitsland omvangrijker zijn. Nederlandse ondernemers interpreteren dit al gauw als wantrouwen. Een Duitser ziet dat helemaal niet zo; die hecht nu eenmaal veel waarde aan regels en afspraken, want die bieden zekerheid en vertrouwen. Zij beredeneren andersom: als je sowieso waarmaakt wat je belooft, dan is een contract hier slechts een bevestiging van."

HIËRARCHIE

Een van de aspecten die Nederlandse ondernemers nog wel eens willen onderschatten is de sterke aanwezigheid van hiërarchische verbanden. "Dat komt voort uit de eeuwenlange machtspositie van de adel en het militair. Leiderschap wordt geaccepteerd vanwege competentie, erfrecht en/of een bewezen track record. Je competenties en je titels bepalen dus ook binnen de zakelijke context je rang en welke bevoegdheden daar bij horen. Daarom is het belangrijk dat je je levelt aan je gesprekspartner. Dus als directeur van jouw bedrijf ga je in gesprek met de directeur van het bedrijf waar je zaken mee wilt doen." Welke indruk je tijdens dit gesprek maakt, is eveneens belangrijk en dat begint al met de kleding en de schoenen die je draagt en de auto waarin je rijdt. "Aan de hand van deze uiterlijke kenmerken veilt een Duitse ondernemer een oordeel over je positie binnen het bedrijf, je opleiding, je professionaliteit, je respect, enzovoort. De Nederlandse Calvinistische inborst staat hier juist haaks op."

ONLINE

Volgens cijfers uit 2015 is in Duitsland tachtig procent van de bevolking online tegenover 97 procent in Nederland. Dat beseffen de online-minded Nederlanders niet altijd goed. "Dat heeft enerzijds te maken met het feit dat de infrastructuur minder goed is. Er zijn nog altijd locaties waar geen glasvezel ligt. Anderzijds geeft men niet graag te veel persoonlijke gegevens prijs. Dit zie je bijvoorbeeld terug in het lagere percentage Duitsers dat op social media actief is; 34% van de bevolking is actief op Facebook



tegenover 56% in Nederland. Wat e-commerce extra lastig maakt in Duitsland, is het feit dat Duitsers productgericht zijn en dus wederom kiezen voor betrouwbaarheid en kwaliteit. Een oosterbuur geeft liever 2 euro extra uit via een gerenommeerde partij zoals Amazon, dan dat hij of zij via het minder vertrouwde buitenlandse Alibaba iets bestelt. Een Duitser bekijkt tijdens het oriënteren ook altijd de pagina met bedrijfsgegevens om te kijken welke onderneming er achter de webshop zit en/of of deze transparant overkomt." Die behoefte aan transparantie werkt door in de opzet van websites. "Daar ligt de nadruk op tekst en informatievoorziening, en veel minder op design. En omdat kwaliteit belangrijk is, zullen Duitsers zich weliswaar online oriënteren, maar het product soms toch liever in de winkel kopen waar ze meer service krijgen en het product kunnen vasthouden. Hoewel er bij de nieuwe generatie een verschuiving optreedt, is ook dit een drijfveer die je zeker niet moet onderschatten."

GROEIENDE OVEREENKOMSTEN

Ondanks de culturele verschillen tussen Nederland en Duitsland en de daaruit voortvloeiende gedachtegang en handwijzen zijn er bij de oosterburen toch een aantal tendensen waar te nemen waardoor de verschillen ietwat minder lijken te worden. Krockow: "Je ziet bijvoorbeeld dat het tutoyeren van collega's onderling voorzichtig in opkomst is en dat ze elkaar minder vaak met hun titel aanspreken. Daarnaast doen samenwerken en synergie steeds vaker hun intrede op de werkvloer. De focus verschuift naar gezamenlijke ideeën

die vanuit teamverband worden opgepakt. De leidinggevende is nog altijd degene die de beslissing neemt, maar men streeft wel steeds vaker naar een compromis." Een derde tendens is de verandering van het historisch besef. "De derde en vierde generatie na de Tweede Wereldoorlog heeft geen contact meer met ooggetuigen van deze periode, waardoor het taboe lijkt te verdwijnen. En ook op school wordt er veel aandacht besteed aan dit deel van het Duitse verleden. Door de verzoening met de geschiedenis lijkt het zelfbeeld te veranderen. Bovendien stijgt de talenkennis. Op het gymnasium is Engels nu de eerste vreemde taal die wordt geleerd. Maar net als de andere tendensen, is ook dit een proces dat zich langzaam ontwikkelt. In 2013 sprak nog altijd 34% van de Duitsers geen vreemde taal."

Krockow hoopt met haar boek Nederlandse ondernemers meer inzicht te bieden in hun Duitse collega's. "Door je niet alleen te verdiepen in het zakelijke aspect zoals de wet- en regelgeving, maar ook in de cultuur, kun je je Duitse zakenpartner veel beter inschatten en doorgronden. Door rekening te houden met hun normen en waarden en daar op een goede manier mee om te gaan, heb je echt een streepje voor bij het opbouwen van een zakelijke relatie."

'DE ARBEIDSMARKT HOUDT ZICH NIET AAN DORPS- OF STADSGRENZEN'

De arbeidsmarkt verandert snel. Nog maar een paar jaar geleden waren faillissementen, ontslaggolven en saneringen aan de orde van de dag. Er was nauwelijks (financiële) ruimte voor groei en het aannemen van nieuwe werknemers. Anno 2017 is de situatie enorm gekenterd. Nu de economische crisis echt achter ons lijkt te liggen, zien we de arbeidsmarkt weer aantrekken. Traditioneel was de eerste personele groei zichtbaar in de uitzendsector, maar inmiddels zien we in de meeste sectoren dat de groei doorzet. Sterker, in de sectoren zorg, techniek en bouw zijn tekorten aan vakkrachten duidelijk. Die zullen in de komende jaren alleen maar groter worden.

FOTOGRAFIE: TECHNIEKBEELDBANK.NU

De maakbaarheid van de arbeidsmarkt is relatief: demografische effecten zoals vergrijzing en ontgroening zijn niet of nauwelijks beïnvloedbaar. Met dat gegeven in gedachte proberen werkgevers, gemeenten en onderwijsinstellingen – al dan niet in samenwerking - toch oplossingen te vinden voor de oplopende tekorten in genoemde sectoren. Ook vanuit VNO-NCW Midden en MKB-Nederland Midden werken wij samen met onze leden aan oplossingen voor arbeidsmarktproblemen.

TIJDELIJKE REGELING VOOR ARBEIDSMARKTREGIO'S

In september vorig jaar is door het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid een regeling uitgeschreven (DWSRA). Opleidings- en ontwikkelingsfondsen, werkgeversorganisaties, werknemersorganisaties en samenwerkingsverbanden van arbeidsorganisaties konden een subsidie aanvragen voor het stimuleren van dienstverlening aan werkzoekenden en samenwerking tussen arbeidsmarktpartijen uit verschillende sectoren en/of regio's. In september 2016 zijn we binnen VNO-NCW Midden begonnen met een verkenning van ambities en doelstellingen die we met deze regeling konden bewerkstelligen. Juist omdat de regeling draait om regionale samenwerking hebben we daarbij de zogenaamde arbeidsmarktregio's als uitgangspunt genomen. Nederland kent vijftientig arbeidsmarktregio's, waarvan er elf zijn gelegen in het werkgebied van VNO-NCW Midden (provincies Flevoland, Gelderland, Overijssel en Utrecht). "Het klinkt allemaal technisch en taai", erkent Martine Schuijjer, secretaris onderwijs & arbeidsmarkt VNO-NCW Midden, maar ze is blij met de regeling van het ministerie. "Partners werken in de regio's op dit moment al samen in de Regionaal Werkbedrijven. Zij hebben als doelstelling om invulling te geven aan de Banenafpraak in de regio. Met de DWSRA-regeling wordt gestimuleerd dat ook op andere terreinen dan de Banenafpraak de samenwerking tussen genoemde partijen op gang komt."

PILOTS VOOR MEER SAMENWERKING

VNO-NCW Midden deelt de noodzaak van regionale samenwerking op het gebied van arbeidsmarktbeleid en onderwijsvraagstukken. "De arbeidsmarkt houdt zich immers niet aan dorps- of stadsgrenzen" vervolgt Schuijjer. "Juist in een tijd waarin goed personeel steeds schaarser wordt, is het verstandig om in slimme allianties samen te werken om de vraag naar personeel in te kunnen vullen. Al langere tijd pleiten wij daarom voor meer samenwerking in de arbeidsmarktregio's. We hebben de regeling DWSRA dan ook aangegrepen om te onderzoeken of in enkele arbeidsmarktregio's (nog) meer samenwerking tussen gemeenten, UWV, vakbonden en werkgevers mogelijk is. Daarnaast hebben we de regeling willen inzetten om enkele concrete projecten van de grond te krijgen, bijvoorbeeld rondom de toekomstige personeelsvraag in de techniek. Door in de verschillende regio's trajecten uit te voeren, geven we vorm aan het experimentele karakter van de DWSRA-regeling. We kunnen op die manier bezien wat werkt en waar de ondernemers in een gebied profijt bij hebben. Want uiteraard, ook binnen de DWSRA-trajecten blijven we de belangenbehartiger van ondernemers in de regio."

BANENAFSPRAAK: ANDERS KIJKEN NAAR PERSONEELSBESTAND

De oplopende tekorten op de arbeidsmarkt dagen werkgevers ook uit om anders naar het personeelsbestand te kijken. Onder het motto 'voorkomen is beter dan genezen', is er steeds meer aandacht voor de duurzame inzetbaarheid en scholing van zittend personeel. Anderzijds zien we ook dat werkgevers naar andere doelgroepen op de arbeidsmarkt kijken. Daarbij nemen steeds meer werkgevers mensen met een arbeidsbeperking aan. Werkgevers in de marktsector hebben in 2013 met het kabinet afgesproken om te zorgen voor 100.000 werkplekken voor mensen met een arbeidsbeperking (naast 25.000 werkplekken binnen de overheid). Dit noemen we de Banenafpraak, die voor 2026 moet zijn ingevuld.



JOB CARVING

Door bedrijfsprocessen door te lichten en te bepalen of er taken zijn die door medewerkers met een arbeidsbeperking kunnen worden uitgevoerd, kan efficiency binnen de onderneming worden behaald. Deze jobcarving, zoals dit proces wordt genoemd, draagt bij aan een andere invulling van personeelsvraagstukken, maar helpt ook bij de invulling van de Banenafpraak. Op die manier profiteren zowel onderneming als maatschappij van deze andere kijk op bedrijfsprocessen.

UITVOERINGSPROBLEMEN

De invoering van de Banenafpraak verloopt zeker nog niet vlekkeloos. Werkgevers lopen bij de invulling van de Banenafpraak nog altijd tegen uitvoeringsproblemen aan. VNO-NCW Midden en MKB-Nederland Midden blijven hier bij de uitvoeringsinstanties zoals gemeenten en UWV doorlopend aandacht voor vragen. Schuijjer: "Concrete voorbeelden uit de praktijk zijn nodig om duidelijk te maken voor welke zaken verbetering nodig is. In de afgelopen periode zijn mede dankzij feedback van werkgevers regelingen en wetgeving aangepast. Met de ervaringen die werkgevers aan ons melden, kunnen we nog efficiënter werken aan betere voorwaarden voor werkgevers en kandidaten rond de Banenafpraak."

Ervaringenmeldpunt

Om inzage te krijgen in de vraagstukken en uitvoeringsproblemen die werkgevers die invulling geven aan de Banenafpraak ondervinden, zijn wij begonnen met een zogenaamd Ervaringenmeldpunt. Daarbij willen we achterhalen wat er goed gaat in de werkgeversdienstverlening, maar ook waar juist verbeteringen kunnen worden ingezet. Loopt u als werkgever tegen problemen aan en wilt u dat melden? Heeft u suggesties over hoe regelgeving of dienstverlening beter zouden kunnen?

Neem dan contact op met het Ervaringenmeldpunt! Dit kan zowel telefonisch via 088 – 888 66 87 (werkdagen tussen 8.30 en 16.30 uur) als digitaal via het formulier dat is opgenomen op www.opnaarde100000.nl.

Contactpersoon

Martine Schuijjer,
manager regio-inzet 100.000 banen
VNO-NCW en MKB-Nederland

1000 m² INSPIRATIE

VLOEREN EN RAAMBEEKLEDING

In onze showroom kunt u volop ideeën opdoen hoe u uw woning sfeer- en in geheel eigen stijl kunt inrichten. Kom daarom snel eens langs voor een verhelderende nieuwe kijk op woninginrichting bij Vocking Interieur, Ambachtsweg 1 in Nieuwegein.

VLOEREN EN VLOERBEDEKING

Grootse keuze in **tapijt en vinyl**, kijk, vergelijk en maak uw keuze uit de honderden showstalen in merken als Desso, van Besouw, Novilon, Parade en Interfloor.

In onze harde **vloerenhoek** showen wij een uitgebreide en stijlvolle collectie moderne en rustieke, "woodlook" vloeren. Hout, laminaat en PVC van o.a. de merken Meister, TFD, Quickstep, Mflor, Therdex, Hollandsche vloeren, Moduleo en Hakwood.



VLOERKLEDEN



o.a. Brink & Campman, Harlequin, Brinker, De Munk Carpets, NI-Label, en Sanderson.

De voordelen van Vocking Interieur:

- grootse keuze
- duidelijk advies
- vakkundige stoffeers
- CBW zekerheid

P Gratis

PVC-vloeren Laminaat
Houten vloeren Marmoleum
Vinyl Tapijt Matten Horren
Behang Binnenzonwering
Gordijnen Vitrage Shutters



RAAMBEEKLEDING

In het **binnenzonwering-eiland** met daarin de merken Luxaflex®, BeCe, NL-Label, Velux en Jasno Shutters laten wij de diverse stijlen en mogelijkheden demonstratieklaar zien.

Grootse **gordijnencorner** met ruim 200 showgordijnen en honderden stalen van de merken Eijffinger, JAB, Kobe, Artelux, dePloeg, Kendix en NL-Label.

interieur
VOCKING
vloeren & raambekleding

Showroom: Ambachtsweg 1 - Nieuwegein www.vockinginterieur.nl

Maandag 13:00-17:00 uur Dinsdag t/m vrijdag 09:00-17:00 uur zaterdag 10:00-17:00 uur koopavond vrijdag 18:00-21:00 uur



Ioniq Plug-in, herkenbaar aan het 'opladklepje' in het linker voorspatbord



Nog een prototype, maar in afgeleide vorm snel werkelijkheid: FE Fuel Cell Concept

HYUNDAI PIONIERT VOLGENS CLUISTRA MET MILIEUSPARENDE MODELLEN

VERGROENING VAN DE REGIO

Als het aan Hyundai en dealerbedrijf Cluistra in Veenendaal ligt, moeten we straks vrijer kunnen ademen in de regio. De Koreaanse fabrikant heeft zichzelf opgelegd om stevig te pionieren op het gebied van oprecht groene mobiliteit. Dat begint zijn vruchten af te werpen, met al enkele milieusparende modellen in het gamma en interessante primeurs in aantocht.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN
FOTOGRAFIE: HYUNDAI

In 2016 lanceerde Hyundai 'Project 2020.22', waarmee de wereldspeler zichzelf ten doel stelde om in 2020 een programma met 22 zuinige tot zeer zuinige cq schone modellen en uitvoeringen aan te bieden. Dat dat geen loze belofte vormt, dringt nu echt door. "We voeren al ruim een jaar de Ioniq Hybrid en Electric, de laatste met volelektrische aandrijving," vertelt Henry Wijnen, bedrijfsleider bij Cluistra Veenendaal (tevens gevestigd in Nieuwegein, met daar ook het merk Mazda). "Op zeer korte termijn verwachten we de Ioniq Plug-in, die tot 65 kilometer elektrisch kan rijden en daarna de benzinemotor laat bijspringen. Ideaal dus voor ondernemers en medewerkers die veel in de regio actief zijn

en richting hun relaties een 'groen signaal' willen afgeven. Na de zomer introduceren we de Kona Electric, een variant van deze crossover met louter elektrische aandrijving, een praktijkactieradius van 300 à 350 kilometer en een zakelijke bijtelling van 4%. In 2020 omvat ons programma twaalf hybrides, zes plug-ins, twee elektrische en twee waterstofauto's."

BEREIK VAN 800 KILOMETER

In dezelfde periode dient zich een belangrijke primeur aan: Hyundai's eerste massaproducerende waterstofauto, een derivaat van de recent onthulde concept car FE Fuel Cell Concept. Eerder al beproefde een selecte groep klanten de techniek in de ix35 Fuel Cell. Die wordt nu opgevolgd door een gunstiger geprijsde SUV met een uitstoot van alleen waterdamp. "Hij zal op een volle tank een bereik hebben van 800 kilometer," belooft Wijnen. "Lange tijd beperkte de beschikbaarheid van waterstofstations zich in Nederland tot Helmond en Rhon, maar in 2018 worden nieuwe locaties geopend in Den Haag, Utrecht en Arnhem. Dat maakt het hier in de regio natuurlijk een stuk interessanter voor bedrijven om zo'n auto in te zetten. Wij zullen hem dus zeker actief gaan promoten." Het spreekt voor zich dat Cluistra straks zijn per-

soneel laat bijscholen om het waterstofmodel adequaat en veilig te servicen, zoals dat nu ook al bij de elektrische en hybride-Hyundai's gebeurt.

OVERHEID STIMULEERT

Met zijn groene offensief begint de Koreaanse autofabrikant zich steeds meer in de kijker te spelen bij bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog op de agenda hebben staan. De overheid stimuleert dat via een tweetal aantrekkelijke financiële regelingen, die ook in 2018 van kracht blijven. Allereerst de MIA (Milieu-investeringsaftrek), die kan oplopen tot 36% van het investeringsbedrag. De Vamil (Willekeurige afschrijving milieu-investeringen) maakt het mogelijk om 75% van de investeringskosten op een door de ondernemer zelf te bepalen tijdstip af te schrijven. Wat dat voor voordelen bij de aanschaf van een milieusparende Hyundai oplevert, weten de verkoopadviseurs van Cluistra in Veenendaal tot in detail te vertellen. Feit is dat deze merkorganisatie in de autobranche steeds meer een voortrekkersrol gaat spelen op het gebied van groene mobiliteit.

www.cluistra.nl



"Huwelijkse voorwaarden blijven in veel gevallen nodig, wil je bij een scheiding niet aan het kortste eind trekken", aldus Ineke Meuwese.

'OOK GEVOLGEN VOOR ONDERNEMERS EN VOOR WIE AL GETROUWD IS'

Vanaf 1 januari 2018 geldt een grote verandering voor iedereen die in het huwelijksbootje stapt.

Kersverse echtgenoten zijn niet langer automatisch in gemeenschap van goederen getrouwd. Maar wat tot vereenvoudiging voor de burgers moet leiden, lijkt juist extra oplettendheid te verlangen. Zelfs als je al getrouwd bent en ook als je een eigen bedrijf hebt. Toegevoegd notaris Ineke Meuwese over de addertjes onder het gras.

De huidige regel in Nederland is dat iedereen automatisch in gemeenschap van goederen trouwt. Bij een scheiding wordt alles keurig 50/50 verdeeld. Wil je het anders, dan laat je een notaris huwelijkse voorwaarden opstellen. Vanaf het nieuwe jaar veranderen die spelregels: de gezamenlijke pot blijft beperkt tot dat wat je tijdens het huwelijk opbouwt. Alles wat je vóór het huwelijk al had, valt erbuiten: spaargeld, een eigen bedrijf, (studie) schulden. Ook erfenissen en schenkingen van vóór en tijdens het huwelijk blijven privé-bezit. Mits... Er zijn wel wat mitsen en maren, volgens Ineke Meuwese. Zij wijst op een aantal nieuwe bepalingen in de wet. Tricky, omdat die vaak pas bij een scheiding ontdekt worden en dan is het te laat. Niemand die daar vlak voor zijn huwelijk bij stil wil staan, maar toch....

BEGINPOSITIE

Het allereerste probleem: hoe bewijs je wat je al had? Ineke Meuwese: "Je bent niet verplicht dat te registreren bij de notaris, het is vrij bewijs. Maar het is nogal ingewikkeld want ieder echtpaar krijgt te maken met drie verschillende vermogens. Elke partner heeft zijn privévermogen en daarnaast is er het vermogen dat je tijdens het huwelijk samen opbouwt. In de loop van het huwelijk krijg je steeds meer vermenging. Je gebruikt privé-geld voor gezamenlijk gebruik. Stop je eigen vermogen in een huis, dan moet de notaris voortaan officieel vastleggen hoeveel er uit welk potje komt. Maar wat je aan een auto of verre reis uitgeeft staat nergens officieel genoteerd. Die auto is na zoveel jaar ook nog eens afgeschreven. Het is dus de kunst om dat allemaal bij te houden. Doe

je dat niet, dan moet je bij een scheiding alsnog vaststellen wat van wie was. En tja, op zo'n moment sta je meestal niet op al te goede voet met elkaar. Ik wil aanraden in ieder geval die beginpositie bij de notaris vast te leggen en voor het overige: heel goed bijhouden waar je je privévermogen aan uitgeeft."

OMGEKEERDE WERELD

Wil je toch dat na je trouwen alles gemeenschappelijk wordt, dan moet je daarvoor straks bij de notaris huwelijkse voorwaarden opstellen. De omgekeerde wereld dus. Ineke Meuwese: "In het nieuwe regeerakkoord staat dat onderzocht wordt of dit ook zonder notaris kan. Maar bij wie je ga je die huwelijksevoorwaarden dan vastleggen, bij de burgerlijke stand? En wie neemt dan de

'OP DIT MOMENT HEBBEN VEEL MENSEN GEEN IDEE VAN WAT ER VERANDERT. DE GEVOLGEN MERKEN ZE PAS OVER TWEE, DRIE JAAR ALS DE EERSTE SCHEIDINGEN KOMEN.'

adviserende rol op zich?" Maar zover is het nog niet. Vooral nog moet een stel dat in gemeenschap van goederen wil trouwen dat bij de notaris laten vastleggen. Ineke: "Wel zo veilig, want een onafhankelijke notaris houdt ook in de gaten of iemand niet gedwongen wordt zijn privévermogen te delen."

SAMEN EEN HUIS

Een ander belangrijk punt is de eigendomsverdeling van een huis dat gekocht is voor het huwelijk. Ineke Meuwese: "Bijvoorbeeld een samenwonend stel heeft een huis gekocht. Dat staat voor 40 procent op zijn en voor 60 op haar naam. Gaan ze in 2018 trouwen, dan valt het hele huis in gemeenschap van goederen en is de verdeling ineens 50/50. Wil je die oorspronkelijke eigendomsverhouding vasthouden, dan moet je dat regelen met huwelijkse voorwaarden. Het kan ook dat de eigendomsverhouding wel 50/50 is, maar dat de één daarvoor een schuld heeft bij de ander. Bij het trouwen vervalt die schuld, want het is een schuld voor een gemeenschappelijk vermogensbestand. Wil je dat niet, dan kun je maar beter bij de notaris laten vastleggen wat je persoonlijke aanbrengsten zijn."

ERFENIS EN SCHENKING

Met de nieuwe wet verdwijnt de noodzaak om een testament met uitsluitingsclausule te maken. Daarvoor kiezen ouders wanneer ze willen dat de erfenis alleen naar hun eigen kind gaat. Ineke Meuwese: "De erfenis valt straks vanzelf al buiten de gezamenlijke pot. Althans als het kind in 2018 of later trouwt, voor alle huwelijken daarvoor is nog altijd een uitsluitingsclausule nodig. Ook als je kind ervoor kiest om wel in gemeenschap van goederen te trouwen. En wil je die leuke schoonzoon toch in de erfenis laten delen, dan moet je straks een insluitingsclausule in het testament opnemen. Aan die insluitingsclausule kun je weer bepaalde voorwaarden verbinden, die voordelig zijn voor de erfbelasting."

'WIE NIET VOOR VERRASSINGEN WIL KOMEN TE STAAN, KAN ERVOOR KIEZEN HET HELE BEDRIJF - MET OF ZONDER WINSTEN - BUITEN DE GEMEENSCHAP VAN GOEDEREN TE HOUDEN'

GEEN IDEE

"De nieuwe regels sluiten weliswaar aan bij wat de meeste Nederlanders willen: eigen vermogen en schenking of erfenis privé houden. Maar zoals je ziet blijven huwelijkse voorwaarden in veel gevallen nodig, wil je bij een scheiding niet aan het kortste eind trekken. Maar als mensen straks voor het trouwen niet meer bij een notaris komen, blijven ze verstoken van dit soort belangrijke informatie. Op dit moment hebben heel veel mensen geen idee van wat er verandert. De gevolgen merken ze pas over twee, drie jaar als de eerste scheidingen komen."



EIGEN BEDRIJF...

Voor ondernemers met een eigen bedrijf heeft Meuwese een eenduidig advies: altijd huwelijkse voorwaarden opstellen. "Wie niet voor verrassingen wil komen te staan, kan ervoor kiezen het hele bedrijf - met of zonder winsten - buiten de gemeenschap van goederen te houden. Anders is de kans groot dat je bij scheiden je onderneming moet delen." De nieuwe wet kent namelijk een paar riskante bepalingen voor wie trouwt en op dat moment al een eigen bedrijf heeft. In principe is dat bedrijf privévermogen en dus ook de waardestijging van het bedrijf.

"Die ondernemer denkt dat zijn bedrijf veilig is. Maar komt het tot een scheiding, dan kan de advocaat van de partner ineens een flinke vergoeding eisen. Want in de wet staat een artikel dat zegt dat er een vergoeding aan de gezamenlijke pot betaald moet worden voor 'kennis, vaardigheden en arbeid die de ondernemende echtgenoot heeft aangewend.' Dus een vergoeding van de ondernemer in plaats van loon uit arbeid. Op zich heel aardig van de wetgever, maar het is wel heel vaag gesteld: 'een vergoeding'. Maak je geen huwelijkse voorwaarden, dan zou de rechter wel eens kunnen bepalen dat alle winsten toe te rekenen zijn aan die 'kennis, vaardigheden en arbeid'. Dan moet je alle winsten die je met je onderneming hebt gemaakt alsnog afrekenen."

... EN AL GETROUWD?

Een valkuil in de nieuwe wet: deze vergoeding geldt ook voor al getrouwde stellen. Ineke Meuwese: "Ouders kunnen een uitsluitingsclausule aan een erfenis of schenking verbinden: dus schoonzoon of schoondochter uitsluiten van erfenis of schenking. 'Onze dochter is in gemeenschap van goederen getrouwd, maar ze krijgt aandelen in mijn bedrijf en die zijn voor haar privé.' Wie ooit op die manier een bedrijf geërfd of geschonken heeft gekregen, gaat ervan uit dat het bedrijf privé blijft. Maar door de nieuwe wetgeving geldt hiervoor al de vergoedingsregeling voor kennis, vaardigheid en arbeid. Dus kun je vanaf 1 januari 2018 ineens wel winsten uit je bedrijf moeten gaan verrekenen!"

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met een van de (kandidaat)notarissen familierecht van Dirkzwager.

www.dirkzwager.nl



LAGE ICT-KENNIS BIJ REGERING

NEDERLAND MIST KANSEN

Nederland mist kansen doordat politici in de huidige regering weinig of geen kennis hebben van technologie. Dat vinden Nederlandse ICT'ers, blijkt uit onderzoek van IT-platform AG Connect. Meer dan driekwart van de ICT'ers vindt het kennisniveau van politici redelijk laag tot laag. Zeventig procent vindt dat daardoor mogelijkheden over het hoofd worden gezien. AG Connect voerde het onderzoek uit samen met de Koninklijke Nederlandse Vereniging van Informatieprofessionals (KNVI). Dat gebeurde in het kader van het 50-jarig bestaan van het IT-platform.



Niemand van de ICT'ers vindt de ICT-kennis van politici hoog, slechts 1 procent vindt het kennisniveau redelijk hoog. Bijna twintig procent vindt het kennisniveau gemiddeld. 16 procent vindt inderdaad dat politici in het huidige kabinet te weinig ICT-kennis hebben, maar denkt ook het niet uitmaakt bij het maken van goed beleid. Slechts 2 procent vindt dat de huidige politici genoeg kennis hebben om de mogelijkheden te zien.

MISLUKTE ICT-PROJECTEN OVERHEID

Het mislukken, uitlopen of duurder worden van ICT-projecten bij de overheid is een veelgenoemde uiting van het lage kennisniveau van politici. Onlangs nog stopte de overheid met de ontwikkeling van de Basisregistratie Persoonsgegevens, een project waar al 77 miljoen euro aan uitgegeven is. Dit was een project waardoor de registratie van burgergegevens en het uitwisselen ervan gemakkelijker zou worden. En juist ook op dit gebied zien ICT'ers kansen.

"Een lappendeken met lappenmiddelen", noemt een van de respondenten de digitale overheid. Nederland zou een voorbeeld moeten nemen aan Letland als het gaat aan e-overheid, zegt een ander.

Ook bij de bestrijding van files wordt door de overheid te weinig naar de mogelijkheden van technologie gekeken, zeggen de respondenten. Door auto's zelf te laten rijden, wordt de afstand tussen auto's kleiner en gebeuren minder ongelukken. ICT'ers noemen het zelf rijden van auto's een voorbeeld van een technologie waar door politici te weinig naar wordt gekeken.

Een sector waar door een goede inzet van technologie geld kan worden bespaard is de zorg, zeggen de ondervraagden. Denk aan robotisering. Een van de respondenten zegt daarover: "zaken die niet direct met patiëntencontact te maken hebben, kunnen door robots worden overgenomen. Daardoor wordt de zorg goedkoper en tegelijkertijd houden zorgmedewerkers meer tijd over voor het patiëntencontact." Ook monitoring op afstand van patiënten wordt genoemd.

CYBERSECURITY KRIJGT TE WEINIG AANDACHT

"Het kabinet noemt al jaren in plannen dat technologie in zorg veel mogelijkheden biedt. Blijkbaar hebben ICT'ers niet genoeg vertrouwen in een goede toepassing ervan en vinden ze dat – hoewel de overheid er wel naar kijkt – dat kansen niet genoeg worden gezien en de implementatie ervan langzaam verloopt", zegt content director Rian van Heur van AG Connect. "Hetzelfde geldt voor het onderwerp cybersecurity. Ook dit thema kreeg in het afgelopen regeerakkoord veel aandacht; er gaan tientallen miljoenen naar de bestrijding van cybercriminaliteit. Toch vindt meer dan tweederde van de ICT'ers vindt dat huidige regeerakkoord niet genoeg aandacht besteed aan ICT – hoewel er overigens in nog geen ander regeerakkoord zoveel aandacht voor het onderwerp is geweest." Op de vraag aan welk onderwerp het regeerakkoord meer aandacht had kunnen besteden, antwoordt 28 procent cybersecurity. Andere thema's die worden genoemd zijn investeringen voor ICT-innovaties of de aanwas van ICT-talent.

Ook het KNVI maakt zich zorgen over het lage kennisniveau van politici. De vakvereniging heeft het European Competence Framework (eCF) en ESCO omarmt dat helpt om duiding te geven aan competentieontwikkeling binnen het ICT-vakgebied. "Voor de overheid geldt dat juist deze hulpmiddelen beter kunnen worden ingezet. Professionals worden daarmee uitgedaagd om te blijven leren. Professionals worden daarmee ook in staat gesteld hun vakuitoefening te verbeteren. Het is hun taak om managers en politici goed te informeren over de besluiten die zij moeten nemen", zegt KNVI-voorzitter Wouter Bronsgeest.

Het onderzoek van AG Connect in samenwerking met de Koninklijke Nederlandse Vereniging van Informatieprofessionals (KNVI) werd door 519 ICT'ers ingevuld.

nice to meet!

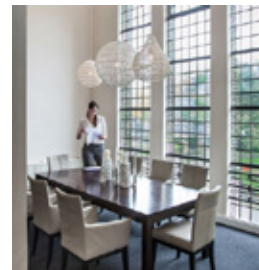
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

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

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**

Oud London

HOTEL RESTAURANT



Hotel Restaurant Oud London gelegen aan de rand van Zeist en midden op de Utrechtse Heuvelrug is een uitnodigende en gastvrije plek om elkaar te ontmoeten en professioneel zaken doen.

Als organisator van een bijeenkomst in welke vorm dan ook, bent u gericht op het uiteindelijke resultaat. U heeft een doel voor ogen en u zoekt faciliteiten die kunnen helpen om dat doel te halen en mooier nog, die de verwachtingen van de bijeenkomst zullen overtreffen (de WOW factor!).



U zoekt dus een locatie, of beter, een partner die snapt wat u bedoelt en helpt om de bijeenkomst te organiseren. Hoe meer input van uw kant, hoe beter wij in staat zijn u te adviseren en te faciliteren.



Oud London kijkt graag met u naar uw doelstellingen en helpt u een succesvol return on "eventment" te halen.

U investeert immers in uw medewerkers, relaties en/of klanten en het resultaat moet zichtbaar worden. Leg uw vraag bij ons neer en wij vinden samen de beste oplossing.

Uw bijeenkomst bij Oud London, want het resultaat telt,... toch?

Waarom vergaderen in Oud London: Goede bereikbaarheid | Gratis ruime parkeergelegenheid | Rustige ligging in de bossen van Zeist
Alle zalen flexibel in opstelling | Zalen standaard voorzien van beamer/scherm/flipover | Gratis wifi | Persoonlijke en professionele service
Verzorging lunches en diners: Culinaire hoogstaand | 88 hotelkamers | Sfeervolle bar | Wellness faciliteiten; Zwembad, Sauna, Stoombad

LEGAL TECH MOBIEL TOEGANKELIJK.



Door marktbehoefte en mobiele technologie te combineren met onze juridische kennis is de VBK Transitie App ontstaan. Altijd en overal beveiligd beschikbaar om een transitievergoeding te berekenen.

Met de kosteloze transitie app kan elke HR professional of arbeidsrechtjurist in een beveiligde omgeving direct een ontslagvergoeding (Wet Werk en Zekerheid) berekenen. Desgewenst kan de uitgewerkte berekening beveiligd per e-mail worden toegestuurd. De app is in 2015 gelanceerd en heeft al duizenden gebruikers.

De app is een toevoeging aan ons serviceconcept vanDienst, waarmee wij zes kosteloze diensten aanbieden aan zowel cliënten, als niet-clieënten. Ook met deze innovatie laten wij zien dat wij een partner met commitment willen zijn voor ondernemend Nederland.

Het toonaangevende ICT-vakblad Computable heeft Van Benthem & Keulen als eerste advocatenkantoor ooit bekroond met de Computable Award. Meer over de app en ons serviceconcept vanDienst kunt u vinden op www.VBK.nl/award.



VAN BENTHEM & KEULEN
ADVOCATEN & NOTARIAAT

Archimedeslaan 61 | 3584 BA Utrecht
030 - 259 59 59 | www.vbk.nl | Twitter: @VBKnl