



magazine

Nummer 6
Mei 2022
Jaargang 47



#ALPHENMARKETING

Zit jij op de juiste plek?

**MISMATCH
VRAAG EN AANBOD
BEDRIJFSHUISVESTING**

**DILEMMA: KOPEN
OF HUREN**

Zon op dak: de aanzet tot samenwerking

Verder denken voor een **duurzaam morgen.**



Uw afvalinzameling is bij ons altijd goed geregeld

Dat beloven we. En dat niet alleen, met slimme oplossingen en advies helpen we u te besparen en verduurzamen. Genoeg redenen dus om de handen ineen te slaan.

Meer weten? www.prezero.nl/over-ons/onze-aanpak



AL 69 JAAR BEHARTIGT DE VOA (VERENIGING VAN ONDERNEMINGEN ALPHEN AAN DEN RIJN) MET VEEL SUCCES DE BELANGEN VAN ALLE ONDERNEMINGEN IN ONZE GEMEENTE. ELLES IN 'T VELD IS VOORZITTER VAN HET BESTUUR.

WAAROM ALPHEN AAN DEN RIJN?

Het thema van dit magazine zette mij aan het denken... De juiste plek: waarom zitten wij waar we zitten?

In het geval van onze winkels is het logisch: ons familiebedrijf is al sinds 1891 gevestigd in Oudshoorn, dat sinds 100 jaar is opgegaan in de gemeente Alphen aan den Rijn. Voor onze groothandel ligt de vestiging iets minder voor de hand. Bij de overname in 1976 was de groothandel gevestigd in Amstelveen. Te ver weg vonden mijn ouders. De dichtstbijzijnde, beschikbare plek was een eerste verdieping in een pand in Bodegraven. Zo'n eerste verdieping is best onhandig voor een groothandel. Het was ook onhandig vanwege de tractoren op de Steekterweg en Bodegraven is dan best nog ver weg als je tussen de middag thuis wilt zijn voor je kinderen. Het duurde nog 10 jaar voordat er een geschikte vrije locatie was gevonden in de gemeente Alphen aan den Rijn.

Dat wij VOA leden, nu een plek hebben voor ons bedrijf in deze gemeente hebben we mede te danken aan een wakker college eind vorige eeuw, die naast woningen ook ruimte creëerde voor bedrijven. Gezien de huidige omstandigheden en gebrek aan ruimte voor woningen én ondernemingen begrijp je dat het VOA-bestuur er alles aan doet het huidige college net zo wakker te houden.

Maar goed, we weten dat bedrijven in Alphen gevestigd zijn omdat het familiebedrijven zijn, de eigenaren hier wonen, omdat je teler bent in Boskoop of omdat de ondernemer Alphen een geschikte centrale plaats vond in de Randstand met gunstige prijzen/lage kosten. Nieuw is dat er zich nu ook bedrijven vestigen omdat het in Alphen zo groen is... Nieuwsgierig? Het verhaal erachter, en veel meer, vind je in dit magazine. «

“Het wachten op een geschikte vrije locatie duurde tien jaar”



Het VOA Magazine is een uitgave van de Vereniging van Ondernemingen in Alphen aan den Rijn, in partnerschap met de Economic Development Board Alphen aan den Rijn en Alphen Marketing. Het magazine verschijnt tweemaal per jaar. Voor opmerkingen, vragen of ideeën gaarne contact opnemen met de VOA-commissie Communicatie, tel.: 0172-424468, info@VOAonline.nl, www.VOAonline.nl.

Redactieteam: Bojoura Binnekamp (voorzitter), Marco Beentjes, Joost Berkhout, Petra Burgmeijer, Jaap Langhout, Stefanie Zuidberg.

Aan deze uitgave werkten tevens mee: Wilbert Collet, Esther Daniëls, Peter Franken, Morvenna Goudkade, Daan van der Hoorn, Stefan de Jong, Rob Lamping, Dan Ligthoet, Manon Louwers, Daniël Othman, Frank Ponsioen, Marius Roos, Mirjam van Triest, Elles in 't Veld, Eveline Verhoeve, Sara de Waal, Linda Welther en Nick van der Zwan.

Advertentieverkoop: Martine de Vogel.

Eindredactie: Beentjes Teksten.

Vormgeving: VRHL Content en Creatie.

Druk: Okay Color Graphics.

Oplage: 2000.

Copyright ©2022:

Zet- en drukfouten voorbehouden. Niets in deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de VOA openbaar worden gemaakt of gedupliceerd. Tijdens het samenstellen van dit magazine is de grootste zorg besteed aan het op juistheid controleren van hierin opgenomen informatie. De VOA kan niet aansprakelijk worden gesteld voor onverhoopt foutieve informatie in deze uitgave.

IN DIT NUMMER





48

06 Confrontatie

De mismatch tussen vraag en aanbod van
bedrijfshuisvesting in Alphen aan den Rijn

10 Nieuwe leden

13 De plaat en zijn verhaal

14 By VOA

16 Kort maar krachtig

18 Samen 'hokken' met je bedrijf

Wat denken bedrijven te vinden in bedrijfs-
verzamelgebouwen en vinden ze dat ook?

22 De omslag naar hybride werken

25 Big Event

Samen profijt van zon op het dak

30 EDBA

36 Infographic

40 Big Event

De VOAWARDS 2022

44 #Shetoo

Vrouwelijk ondernemerschap: Bianca Mookhoek



44

48 Dilemma

Bedrijfspand kopen of huren?

52 Ondernemen

De groene campus van Blue Bricks aan de
Steekterweg

55 Column

Stefan de Jong

58 Alphen Marketing

66 Persoonlijk

Uit en thuis met Wilbert Werther

69 Vraagbaak

Het VOA-secretariaat weet raad

70 Afgestoft

Momentopname uit de rijke VOA historie

De Confrontatie

ONDERNEMERS GRIJPEN STEEDS VAKER MIS.

Van oudsher is de wisselwerking tussen vraag en aanbod van bedrijfsruimte aan veranderingen onderhevig. Enerzijds door conjunctuurbewegingen, anderzijds door meer specifieke zaken zoals toename van verkoop via het internet. VOA Magazine dook in verschillende mogelijkheden voor huisvesting van bedrijven en stuitte onverhoopt op zorgwekkende ontwikkelingen.

TEKST: MARCO BEENTJES, BEELD: VRHL.



om maar met de deur in huis te vallen: er is een mismatch ontstaan tussen vraag en aanbod van bedrijfshuisvesting in Alphen aan den Rijn. Dat geldt al langere tijd voor winkelruimte, maar is sinds kort ook het geval wanneer je bedrijfsruimte wilt kopen

of nieuwbouwen. Deze mismatch wordt deels gedreven door geld in de lokale markt, en deels door buitenlandse partijen die alles opkopen (vaak via landelijk opererende makelaars), soms ver boven de vraagprijs. Die laatste groep kopers creëert fondsen die op hun beurt weer met een premie worden verkocht aan grotere investeringspartijen, waarbij steeds ondoorzichtiger wordt van wie dit bedrijfsmatige vastgoed nu eigenlijk is.

Schaarste koopvastgoed

“Hierdoor is met name in het afgelopen half jaar een enorme schaarste ontstaan, zowel aan kleinere als grotere bedrijfsruimten”, vertelt Dick Heesen. Hij is partner en beleggingsspecialist bij Basis Bedrijfshuisvesting, de regionale marktleider op dit gebied met vestigingen in Alphen aan den Rijn, Leiden en Gouda. “De kracht van het elkaar kennen verdwijnt snel, wat een gevaar is voor lokaal ondernemerschap. Grote, vaak internationale »





Je kunt ~~kopen, huren of nieuwbouwen~~

“Met name in het afgelopen half jaar is een enorme schaarste ontstaan”

partijen trekken achter de schermen aan de touwtjes en sturen op door lage aanvangsrendementen gedreven aankopen. Deze tendens zagen we al in de grote steden, waar woningen werden opgekocht en vervolgens als pakket doorverkocht. Maar nu ontstaat de situatie dat je als MKB'er op termijn alleen nog maar bedrijfsruimte kunt huren, waarbij de prijzen enorm worden opgedreven.” Hij geeft een voorbeeld: “De oude hallen tegenover Van der Valk aan de Hoorn werden een jaar geleden nog verhuurd voor 45-50 euro per vierkante meter. Momenteel betalen bedrijven hier 65-70 euro voor. In buurgemeenten zijn voorbeelden van bedrijfspanden die casco worden opgeleverd en direct verhuurd met een kortlopend contract. Enerzijds is daar het risico dat de huurder zijn investering kwijtraakt. Anderzijds moet je in zo'n constructie nog maar moet afwachten of de afbouw door een goede partij plaatsvindt; ik zou dat risico als verhuurder niet eens willen lopen.”

Van winkels naar woningen

Bij deze opkoopwoede moet worden aangetekend dat winkelruimte het minst populaire gezinslid is van bedrijfshuisvesting-familie. Al jarenlang wordt het overschot aan aanbod her en der omgebouwd tot appartementen om het tekort aan woningen aan te vullen. Behoudens winkels op AI-locaties, die altijd in trek zijn gebleven bij het winkelend publiek. Wél weer populair blijken de nieuwbouwlocaties voor bedrijven op industrie-



Dick Heesen

terreinen in de gemeente Alphen aan den Rijn. Al oogt het wellicht niet overvol momenteel, het grootste deel van het aanbod is in de afgelopen periode verkocht. Wat op zijn beurt weer andere verstrekkende gevolgen heeft. De bedrijventerreinenstrategie van de Gemeente geeft aan dat het aanbod van nieuwe bouwgrond ontoereikend is om het bedrijfsleven in de komende tien jaar te voorzien.

Leegverkoop bouwgrond

Die tien jaar is een understatement. In de wandelgangen van ons gemeentehuis wordt de verwachting uitgesproken dat de leegverkoop zich eind 2023 al aandient. Het laatste deel van het aanbod ligt verspreid over De Schans 2, Hoorn West, aan de Flemingweg op Molenwetering en bij de Steekterpoort. In samenwerking met stakeholders onderzoeken de ambtenaren

achter de schermen naarstig waar 10-20 hectare kan worden aangewezen om aan de nieuwe behoefte te voldoen, teneinde de werkgelegenheid voor deze regio te behouden. Maar deze voortgang staat of valt met de politieke kleur die zich zal ontwikkelen in de periode na de gemeenteraadsverkiezingen van afgelopen maart. Ten tijde van dit schrijven was echter nog geen witte rook zichtbaar uit de schoorsteen van het gemeentehuis.

In de ruim 25 jaar dat hij bij Basis zit heeft Dick Heesen nog niet eerder meegemaakt dat de situatie zo nijpend dreigde te worden. “De toenemende schaarste van het koopaanbod bedrijfsmatig vastgoed is zorgwekkend, maar het gebrek aan nieuwe bouwruimte net zo goed”, geeft hij aan. “Bedrijven in Alphen aan den Rijn die verder willen groeien lopen grote kans om mis te grijpen, waardoor zij uit de regio zullen verdwijnen. Dat speelt nu daadwerkelijk: we hebben momenteel een zoekopdracht staan voor een bedrijf met ruim 90 hoogopgeleide medewerkers dat nieuw wil bouwen. Het is toch jammer dat zij in onze gemeente niet meer kunnen vinden wat zij zoeken?” «

“Naar verwachting dient de leegverkoop zich eind 2023 aan”



VOA-VOORZITTER ELLES IN 'T VELD ZEGT IN EEN REACTIE:

“Wij maken onszelf al enige tijd zorgen om deze situatie. Zeker nu deze echt extreme vormen begint aan te nemen, mede onder invloed van buitenlandse partijen. In ons VOA-beleidsplan 2021-2025 spraken we ons al uit over de situatie dat oprukkende woonbestemmingen steeds dichterbij bedrijventerreinen toe kruipen. In de vermenigving van woon- en werkfuncties zien we in de toekomst voor de hand liggende problemen ontstaan, bijvoorbeeld door geluidsoverlast.

Onze ervaring leert dat bedrijven in dergelijke gevallen best bereid zijn om een alternatieve locatie te overwegen. Maar dan moet die er wel zijn! Uitwijkmogelijkheden in de regio worden zeer schaars, en dan met name wanneer je bedrijf afhankelijk is van logistieke processen zoals transport over water. Verhuizen moet geen forse stap achteruit betekenen. Het bedrijfsleven in onze regio staat volledig achter meer woningen, maar dit mag niet ten koste gaan van de lokale werkgelegenheid.

In woord en geschrift legt het VOA-bestuur voortdurend de noodzaak voor aanbod van ruimte voor bedrijven voor aan de gemeente. Via het beleidsplan, via videoboodschappen rechtstreeks aan de verschillende politieke partijen en zeer recent nog via een brief aan de formateur in de coalitieonderhandeling. Samen met de EDBA (Economic Development Board Alphen) slaan we de handen ineen. Alles draait om een gezonde balans tussen wonen en werken in onze stad.”



Nieuwe leden

DEZE NIEUWE GEZICHTEN ZIJN SINDS KORT LID VAN ONZE VERENIGING. WIE ZIJN HET EN WAT DOEN ZE?



5Elements

Alexander en Tatjana Orekhov

Hotel-Restaurant 5Elements in Rijsaterwoude biedt niet alleen lunch, diner, koffie en thee; bij ons kunt u ook terecht voor vergaderen, een business lunch en (verjaardags)feesten. Bovendien bieden wij een uitstekende workshop- en cursusruimte, met onder andere een beamer en mogelijkheden voor catering.
<https://5elements.restaurant>



BabyLeeuw

Baraa Alnawakil

Mijn bedrijf heet BabyLeeuw, een e-commerce waar de hoofdactiviteit het verkopen van baby- en kinderenartikelen en speelgoed is.
<https://babyleeuw.nl>



ATVAS

Edwin Brink

Taxateurs van commercieel vastgoed in de grote steden van de Randstad.
www.atvas.nl



Concept.0907

Vera Vergunst

Verzorgt social media en marketing voor ondernemers.
<https://concept0907.nl>



B en R hair & make-up expert

Brenda van Deuren

Bij B en R komen hairstyling, make-up en ultiem genieten perfect samen. Persoonlijk en eerlijk advies van ervaren beauty-professionals in een huiselijke en gezellige ambiance.
www.benrhairexpert.nl



Elite Bouwmanagement

Niek de Heij

Begeleiding namens ontwikkelaars en beleggers van complexe bouwprojecten.
www.elitebm.nl



GezondeLeefstijlinBeweging

Marjon van den Broek

Ik ben leefstijlcoach en wil mensen een gezonde en vitale toekomst geven.
www.gezondeleefstijlinbeweging.nl



BusinessBuilding

Vincent Berk

De basis van onze dienstverlening is ons Commercieel Groei Model, waarbij we focus zetten op de 5 onderdelen in het verkoopproces en welke randvoorwaarden er in de organisatie noodzakelijk zijn om een optimaal commercieel proces mogelijk te maken.
www.businessbuilding.nl/partners/vincent-berk



Kastelines

Ruben Kastelein

Als industrieel ontwerper ontwerp/ontwikkel ik allerlei soorten producten. Van producten uit de publieke sector (alles wat je op straat kunt vinden) tot aan consumentenproducten en referentie-ontwerpen tot aan ideeën voor een efficiëntere en duurzamere wereld.
www.kastelines.nl



Kluivers Interieur Colinda Kluivers

Allround interieurontwerp. Mijn focus is wensen en eisen omzetten naar een prachtig, goed werkend interieurontwerp dat aansluit bij de klant.
www.kluiversinterieur.nl



Mate & Date Linda en Corrien

Mate & Date is een datingbureau op het gebied van relatie- en vriendschapsbemiddeling, waarbij wij ons richten op persoonlijk contact. Wij willen onze passie voor het leggen van contact en het ervaren van optimaal geluk inzetten om mensen bij elkaar te brengen in iedere gewenste vorm.
www.mateanddate.nl



MoJa Potential Activation Mohammed Mezian en Jan Vrencken

Onze dienstverlening bestaat uit organisatieontwikkeling in de brede zin des woords. Onze diensten bestaan uit testen en assessments, coaching, trainingen en organisatie-ontwikkelprogramma's. Dit doen we zowel bij MKB als bij corporate bedrijven.
www.mojapa.nl



Monique Wolvers aankoopmakelaar Monique Wolvers

Ik begeleid mensen/particulieren met de aankoop van een woning.
www.moniquewolvers.nl



Mooij Huis Makelaardij B.V. Marlous Mooij

Mooij Huis Makelaardij is een vernieuwend, actief en persoonlijk makelaarskantoor waar u zelf uw pakket kunt samenstellen.
www.mooijhuis.nl



Mout & Stout Alphen a/d Rijn Diny Beverwijk

Verkoop van speciaalbier en aanverwante artikelen, organiseren van proeverijen en evenementen.
www.moutenstout.nl



Nick van der Zwan fotografie Nick van der Zwan

Ik fotografeer zakelijke portretten oftewel business headshots.
www.nickvanderzwanfotografie.nl



Rijschool Joe Joël Poot

Wij verzorgen rijlessen voor de auto en de motor.
www.rijschooljoe.nl



Rob Wijffe Heibedrijf Baukje van Bergen

Rob Wijffe Heibedrijf is zeer flexibel met een uitgebreid kranenpark voor verschillende werkzaamheden en eigen transport. Wij hebben een ervaren team met veel kennis en kunde.
www.wijffeheibedrijf.nl



RS Sustainability Ruud Scheerder

RS Sustainability is een adviesbureau gericht op MVO. Wij helpen bedrijven en publieke organisaties met verduurzamen van hun organisaties.
www.rssustainability.com



So Loving Alphen b.v. Liesbeth Zandinga

So Loving Alphen in de Van Mandersloostraat is een adult lifestyle winkel.
www.soloving.nl

Nieuwe leden



Solid Systems group Peter van Cassel

Totaal-oplosser voor: inbraaksystemen, brandmeldsystemen, cctv, elektra, noodverlichting, brandblusmiddelen.
www.solidssystemsgroup.eu



The Feel Good Company Edwin Lapré

Landelijk opererende importeur / groothandel op het gebied van bad- en beautyproducten.
www.thefeelgoodcompany.nl



Sterk in Matches B.V. Arjan de Gast en Dennis Bergers

Wij begeven ons op het speelveld van online recruitment / job marketing: personeel werven op een goedkope en moderne manier. Job marketing gaat via social media, waaronder Facebook, Instagram en LinkedIn. Maar ook via Google advertising helpen wij bedrijven aan de juiste kandidaten.
www.sterkinmatches.nl



Time4Vitality Germaine Soyer

Het is de missie van Time4Vitality om organisaties uit te dagen te investeren in hun belangrijkste kapitaal (medewerkers), wat zal leiden tot een lager verzuim en een hogere creativiteit, klantvriendelijkheid, productiviteit en daarmee bedrijfsresultaat. U kunt mij inschakelen voor meting en advies, training en coaching.
www.time4vitality.nl



Stichting Vogelpark Avifauna John de Hoon

Bij Vogelpark Avifauna wandel je door verschillende werelddelen om je te laten verrassen door de natuur en alle bijzondere vogels. Er zijn ook spectaculaire vogeldemonstraties.
www.avifauna.nl



Van Atten Tuinen Iman van Atten

Hoveniersbedrijf in Boskoop, gespecialiseerd in tuinontwerp en -aanleg.
www.vanattentuinen.nl



Sunset Beachbar Thijs Bezemer en Joyce den Horder

De eerste containerbar van Alphen, met de mooiste zonsondergang.
www.sunsetbeachbar.nl



VW Drinks Esther en Fabian van der Wee

Wij verhuren een iconische Volkswagen T1 bus, met 6 tapkranen voor bier, wijn en cocktails.
www.vwdrinks.nl



De plaat en zijn verhaal

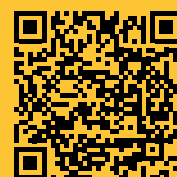
De zoektocht van een bedrijf naar de juiste plek vereist een arendsoog voor detail. Deze Stellers zeearend heeft ook een nieuw onderkomen in Alphen aan den Rijn. Eentje waar hij z'n vleugels uit kan slaan; met een spanwijdte van ruim 2 meter is dat bepaald geen sinecure. De Japanse emigrant verdient zijn vis in Vogelpark Avifauna.

FOTO: PETER FRANKEN.

BY VOA

EEN KIJKJE IN DE KEUKEN VAN DE VOA. WAAR WORDT ACHTER DE SCHERMEN AAN GEWERKT?
WELKE MIJLPALEN WORDEN BEHAALD? EEN OVERZICHT VAN DE STAND VAN ZAKEN.

Ondernemen en politiek; er blijft een spanningsveld tussen die twee. In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen op 16 maart a.s. organiseerde de VOA de socialmediacampagne **‘videovragen aan de politiek’**. Vijf cruciale vragen weer-spiegelden het beleidsplan van de VOA voor 2021-2025, gericht op het versterken van de lokale economie en de arbeidsmarkt. Deze videovragen werden verspreid via sociale media. Politieke partijen kregen de gelegenheid om hierop antwoorden te verstrekken. Dat deden zij! We maakten hier vijf compilaties van, te bekijken via de VOA website.



Scan de
QR code.

Industrieterrein Molenwetering vormt de startlocatie voor project ‘Zon op Dak’. Het uitgangspunt van dit initiatief is het zelf opwekken van zonne-energie op bedrijfsdaken als één van de antwoorden op de duurzaamheidsdoelstellingen van onze gemeente. Er is een mogelijkheid tot financiering en een gratis scan voor bedrijven t.w.v. 700,- euro. Zon op dak wordt mogelijk gemaakt door VOA, EDBA, Rabobank en de Gemeente Alphen aan den Rijn.

De Ledencommissie is **uitgebreid met een XL-werkgroep**. Deze werkgroep zal de belangen behartigen van de grootste ondernemingen binnen de VOA-geledingen, en inhoudelijke, kleinschalige evenementen organiseren over onderwerpen die specifiek voor deze groep ondernemingen relevant zijn.

Binnen de VOA is de **commissie Arbeidsmarkt recent gesplitst in drie onderdelen**. Reden is de omvang met alle stakeholders uit het bedrijfsleven, onderwijs en gemeente en het grote aantal interessante projecten. Er is een stuurgroep in het leven geroepen welke het beleid uiteenzet. Eén commissie zorgt voortaan voor de uitwerking van diverse projecten en een andere commissie zal zich bezighouden met de jaarlijkse 'Week van het Werk'.

*Het bestuur van de VOA stuurde een brief naar informateur Bruno Bruins en formateur André de Jeu van de Gemeente Alphen aan den Rijn. De Jeu nam het stokje in april van Bruins over. In de brief vraagt het bestuur van de VOA aandacht voor de onderwerpen die zij relevant acht tijdens de **formatie van het nieuwe gemeentebestuur** van Alphen aan den Rijn. De economische toekomstbestendigheid van onze gemeente is daarbij het uitgangspunt. De formateur zal dit meenemen in het formatieproces.*

De VOA wil de **stem van de ondernemer** laten horen. Dat betekent veelvuldig aanschuiven in overlegvormen, om met overtuigingskracht en doorzettingsvermogen onze missie uit te dragen en doelstellingen te realiseren. Zo zijn we gesprekspartner voor de Gemeente Alphen aan den Rijn, Provincie Zuid-Holland, Rijnstreek Koepelberaad, EDBA, Alphen Marketing, Stichting Centrum-management, Kamer van Koophandel, Omgevingsdienst Midden Holland, VNO/NCW, MKB Nederland, Platform Recreatie en Toerisme, Koninklijke Horeca Nederland (Alphen aan den Rijn), collega ondernemingsverenigingen, scholen en opleidingscentra.

Kort maar krachtig

DEZE KORTE BERICHTJES BRENGEN JE WEER HELEMAAL OP DE HOOGTE VAN ALLE EVENEMENTEN EN NIEUWTJES BINNEN ONZE VERENIGING.



RONDE OM ALPHEN

Op 26 juni 2022 vindt het wielerevenement De Ronde om Alphen plaats, powered by VOA, Zorg en Zekerheid, Gek van Fietsen.nl, Advantage, Alphen Linkt, Hooftman en InnSpire. Ondernemers kunnen zich individueel inschrijven of aanmelden met een bedrijventeam tot 8 personen. De Ronde om Alphen richt zich op de sportieve fietsers in het Groene Hart. Gezond leven, gezond werken en een gezonde leefomgeving.

De Ronde om Alphen is het breed opgezette vervolg op de jaarlijkse VOA toertocht. Te fietsen afstanden zijn 70, 100 of 140 kilometer. Start en finish staan gepland bij Het Ketelhuys op De Werf aan de Rijnhaven in Alphen aan den Rijn. Er is professionele begeleiding onderweg en voor eten en drinken wordt gezorgd.

Inschrijven
met een
bedrijventeam:



Individueel
inschrijven:



ALPHEN RENT

De 20 van Alphen kon helaas opnieuw geen door-gang vinden. Daarom organiseerde de VOA in maart 2022 samen met de 20 van Alphen, Alphen a/d Run en de Gemeente Alphen Rent: de 2e virtuele run die het mogelijk maakte om toch mét elkaar te kunnen lopen. Iedereen op zijn eigen moment, in zijn eigen tempo en vanaf z'n eigen voordeur.

Het loopevenement werd op 13 maart georganiseerd in vier afstanden: 2, 5, 10 of 20 km. Verzamelen met een (bedrijfs)team kon ook. Na de loop lagen er welverdiende medailles gereed bij Lodge Alphen op vertoon van het startnummer. Tussen 15 - 17 uur werd daar tevens een gezellige borrel gehouden.



Bijeenkomst duurzame ontwikkeling



Op donderdag 6 oktober 2022 zal de commissie Duurzaamheid van de VOA een bijeenkomst organiseren voor alle leden. Het thema heeft betrekking op de werelddoelen voor duurzame ontwikkeling: de Sustainable Development Goals. Uitgewerkt voor concrete toepassing door ons lokale bedrijfsleven. Zet hem alvast in je agenda! Nadere info volgt.

HR-Kring en Take-a-break sessies

De VOA organiseert regelmatig nieuwe, kleinschalige evenementen voor specifieke doelgroepen. Zo bestaat er een HR-kring en zijn er Take-a-break sessies. Deze worden georganiseerd door specialisten binnen de VOA, waarbij kennisoverdracht en ontmoeting centraal staan.



Houd VOA-nieuwsbrieven in de gaten voor de komende sessies of scan de QR code voor een kijkje in de agenda.



Dick Feddes



Gerard van der
Klaauw



Bas de Lange

NIEUWE BESTUURSLEDEN

Tijdens Jaarvergadering zal het bestuur van de VOA afscheid nemen van Gerard van der Klaauw en Bas de Lange. Beide bestuursleden hebben het statutair vastgestelde maximum van twee termijnen uitgediend. Voor penningmeester van der Klaauw was ten tijde van dit schrijven nog geen opvolger bekend. Bas de Lange van de commissie Arbeidsmarkt zal – na akkoord door de Ledenvergadering – worden opgevolgd door Dick Feddes (TeekensKarstens). Dick was als commissielid in de afgelopen periode al betrokken bij de portefeuille Arbeidsmarkt.

VOA BBQ

Gezelligheid? Check. Lekker eten? Check. Goede muziek? Check. De traditionele VOA BBQ staat vooralsnog gepland net voor de zomervakantie. Details volgen; houd hiervoor de VOA nieuwsbrief in de gaten.



Komende zomer gaan we voor een VOA-golfdag met, je raadt het al, een Brits tintje. 18 holes en nadien hapjes en drankjes. Wat te denken van fish and chips, scones en ander lekkers? Wij zorgen voor een teamfoto en de DJ draait de hele dag door.

Vrijdag 17 juni 2022

12.00 - 19.00 uur

Golfclub Zeegersloot



Doe je mee? Scan de
QR-code voor aanmelding.

Ondernemen

BEDRIJFSVERZAMELGEBOUWEN TREKKEN IEDER HUN EIGEN SOORT HUURDERS.

Als kleine of middelgrote onderneming ligt het voor de hand om te kiezen voor één van de vele bedrijfsverzamelgebouwen die zijn ontstaan. Voor dit artikel fladderen we door de regio voor enkele steekproeven. Wat denken bedrijven hier te vinden en vinden ze dat ook daadwerkelijk?

TEKST: MARCO BEENTJES, FOTO'S: PETER FRANKEN.

Samen 'hokken' met je bedrijf. Wat levert dat op?





odra een zzp'er de noodzaak voelt om de werkkamer thuis te verruilen voor een meer zakelijke entourage, ligt de keuze

voor een bedrijfsverzamelgebouw voor de hand. Zakelijk hokken is echter niet alleen populair onder kleine bedrijven; er zijn ook veel middelgrote bedrijven die de beschikbare vierkante meters in het pand delen met andere partijen.*

De Werf

Bloemen Architecten behoort tot de groep bedrijven die zijn bedrijfsruimte deelt met andere organisaties, zonder hier commercieel op te focussen. Het architectenbureau kreeg de gelegenheid van de gemeente om een plan te ontwikkelen voor het hoofdgebouw op bedrijvenpark De Werf, aan de Rijnhaven. "We zijn hier even goed voor gaan zitten, want er moest enorm veel aan gebeuren", vertelt eigenaar Jeoffrey Bloemen. "Al snel kwamen we met het idee om andere creatieve bedrijven aan te trekken die niet alleen de lasten zouden delen, maar die ons ook meerwaarde kunnen leveren in de bedrijfsvoering. Zo versterken we elkaars positie. Nu, 2 jaar later, zitten we vol. Het feit dat het een bijzonder jaren '70 pand is zal daaraan hebben bijgedragen."

De verwachte synergie blijkt in de praktijk al wat vruchten af te werpen. Jeoffrey: "We helpen elkaar en schuiven elkaar werk toe als dat mogelijk is. Mijn verwachting is dat die samenwerking verder zal groeien." Er zijn ook zaken veranderd ten opzichte van het oorspronkelijke concept: "We hadden verwacht onze huurders in één grote, open ruimte onder te kunnen brengen, maar al snel merkten we dat er ook behoefte was aan concentratie en afzondering. Door hier glazen puien tussen te plaatsen hebben zij nu de keuze om de deur open te zetten of te sluiten tijdens een telefoontje of als je 's avonds naar huis gaat."

Je plek 'eigen' maken

Eén van de huurders op De Werf is softwareontwikkelaar Savvy.codes. Mede-eigenaar Jerom Kok voelt zich hier thuis. "Een bedrijfsruimte moet je passen", is zijn mening. "Het in de wereld werkzaam zijn geeft mij persoonlijk een fijn gevoel. Daarbij is het prettig wanneer je je de plek eigen mag maken van je huisbaas, want we zitten hier toch 40 uur per week. Wij wilden onze muur blauw verven en dat is hier geen enkel probleem."

Hij houdt ervan om tijdens de gemeenschappelijke lunch met mensen uit andere organisaties te sparren. "Als klein bedrijf werk je vaak met dezelfde mensen. Dit gebouw geeft het gevoel van een groter kantoor met meerdere collega's. Je hoort nog eens wat en kunt elkaar van interessante contacten voorzien. Daar komt soms iets uit en soms niet, maar het blijft interessant. In mijn ervaring komen hier vanzelf dingen op je pad zolang je niet actief op zoek gaat naar omzet."

Wiek Rozemond van Rozemond Tentoonstellingen zit verderop in het pand. Ook hij zoekt de verbinding met andere ondernemers. "Ik voel me thuis op De Werf, het is ongedwongen. Het leuke hier is dat er veel creatieve ondernemers zijn. Dat geeft enerzijds gezelligheid, waarmee je even uit je workflow komt en een keer een heel ander gesprek hebt. Daarnaast kun je elkaar op professioneel gebied als klankbord gebruiken."

Frame Offices

Frame Offices biedt kantoorplekken voor ieder bedrijf in elk formaat. Met 17 vestigingen van Rotterdam tot aan Leeuwarden, betrok Frame Offices 5 jaar geleden het voormalige pand van de Rabobank aan de Flemingweg in Alphen aan den Rijn. Een pand op een mooie A1-locatie naast de N11, dat werd verbouwd om verschillende kantoren te kunnen verhuren. Met een 100% bezetting in de afgelopen jaren groeit de wachtlijst voor nieuwe bedrijven voor deze locatie »





Geoffrey Bloemen en Jerom Kok wisselen ideeën uit in De Werf.

“Als wij business aan elkaar kunnen koppelen zullen wij het niet nalaten”



Dilani Bloem en René Frederick in Frame Offices.

nog steeds. Het aanbod varieert van flexplekken voor mensen die niet thuis willen of kunnen werken, tot kantoren over een hele of zelfs meerdere verdiepingen. Frame Offices in Alphen staat ook bekend om de twee vergaderzalen die, buiten de eigen huurders, ook vaak worden gebruikt door externe partijen. Zij profiteren van de centrale ligging in de Randstad en de goede bereikbaarheid via de N11.

Wat brengt zo’n plek je als huurder? “Niets maakt een kantoorgebouw zo waardevol als de drukke dynamiek van de mensen die erin werken”, antwoordt locatiemanager Dilani Bloem. Voor een goede office community met een sterke synergie ligt de uitdaging in het samenbrengen van verschillende ambities, functies en doelgroepen. “Een gevarieerde huurdersmix werkt een levendige community in de hand”, bevestigt zij. “Dat kan tot eventuele zakelijke samenwerkingen leiden, maar belangrijker is dat die variatie een sterke business vibe laadt. Een energie die makkelijk op te pakken is door de mensen die hier dagelijks werken, maar ook door de bezoekers van Frame Offices Alphen.”

“Onderlinge business is niet per se wat wij hier zoeken”, reageert René Frederick, eigenaar van communicatiebureau media-content.nu. Hij huurt één van de units in Frame Offices voor zichzelf en drie medewerkers. “Nee, de onderlinge dynamiek tussen de bedrijven in het gebouw is goed, maar daar hoeft geen business uit te komen. We helpen elkaar nu en dan waar nodig als goede burens. Soms als de koffie op is of met een oplader voor een telefoon. Of gewoon even vanuit je expertise meekijken, zonder gelijk een factuur te sturen. Dat werkt prima zo”, vindt René. “Daarnaast zijn de locatie en uitstraling van het pand heel positief. Onze zakelijke gasten zijn bij binnenkomst geïmponeerd door het hoge atrium en dat straalt af op je bedrijf.”

Plantariumgebouw

In Hazerswoude-Dorp, op het randje van Boskoop, zorgt Proba voor de exploitatie en het beheer van het Plantariumgebouw. Dat gebouw is eigendom van de Stichting Vakbeurs voor de Boomkwekerij. Onder het kassen-dak worden per jaar circa 20 beurzen en andere evenementen gedraaid, naast het feit dat er 15 bedrijven zijn ondergebracht. In grootte lopen deze bedrijven uiteen van 5 tot 50 medewerkers, mede afhankelijk van het seizoen. “De meeste van hen hebben een relatie met de kwekerijsector of met het organiseren van beurzen”, vertelt Ronald Baerwaldt van Proba.

Er blijkt weinig verloop van huurders te zijn, mede door de flexibele (her-)indevingsmogelijkheden van de bestaande binnenruimte. “Wij proberen altijd mee te bewegen met de ontwikkelingen van de huurders, zowel naar boven als naar beneden”, verklaart Ronald. Die flexibiliteit uit zich ook in het gebruik van de beursruimte. “Soms hebben wij de ene dag een evenement en de volgende dag staat de ruimte vol met zonnepanelen. Dat kan hier allemaal.”

Goed overleggen

Eén van de huurders is een oude bekende binnen de VOA. Evenementenstofeerder en voormalig Onderneming van het Jaar Thearent richt zich weer op na een techni-

sche knock-out door de coronacrisis. Sinds februari van dit jaar werken zij vanuit het Plantariumgebouw. “Deze plek past ons als een nieuwe jas”, aldus operationeel directeur Marjon Vermeulen. “Met name vanwege de beursvloer. Wanneer er geen activiteiten zijn kunnen wij de vloer gebruiken om testbouwwerkzaamheden uit te voeren of tijdelijk materialen neer te zetten. Dit is een prettige, tijdelijke expansiemogelijkheid voor ons als huurders.”

Deze vrijheid houdt echter wel in dat er constant overleg moet plaatsvinden met de exploitant, over het gebruik van deze ruimte en de laad- en losplekken.

“Het is prettig wanneer je je een plek ‘eigen’ mag maken”



Ronald Baerwaldt en Marjon Vermeulen op de multi-inzetbare beursvloer van het Plantariumgebouw.

Marjon: “Als je bij iemand anders in het pand komt moet je even aan elkaar wennen. Dat betekent regelmatig om de tafel zitten om zaken op elkaar af te stemmen. Wat kan beter? Wat moet volgende keer anders? In het Plantariumgebouw is iedereen dat gewend. Ik moet zeggen dat die samenwerking vlekkeloos verloopt.”

** De bedrijfsverzamelgebouwen in onze gemeente zijn in kaart gebracht op pagina 36 in dit VOA Magazine. ◀*

Hybride werken

THUIS ÉN OP KANTOOR WERKEN: VOOR CORONA, TIJDENS CORONA, NA CORONA

Hybride werken heeft de toekomst

Grote bureaus als Capgemini, PwC en Berenschot zijn er in 2021 allemaal bovenop gesprongen: hybride werken is de toekomst.

Naast de technische aanpassingen wijzen zij ook op grote veranderingen voor management en werknemers. Gemeente Alphen aan den Rijn heeft voor de omslag in haar organisatie Aestate B.V. ingehuurd, want aldus gemeentesecretaris Peter Derk Wekx: “Hybride werken is weliswaar een vooruitgang, maar het moet wel goed worden ingericht.”

TEKST: EVELINE VERHOEVE, FOTO'S: PETER FRANKEN.



Peter Derk Wekx

“De meeste medewerkers bleken sneller digitaal vaardig dan we hadden gedacht”

In eerste instantie dachten we net als iedereen: corona duurt twee maanden en dat zingen we wel uit”, vertelt Peter Derk Wekx, gemeentesecretaris oftewel directeur van de Gemeente Alphen aan den Rijn. Maar dat bleek tegen te vallen. Naderhand is ingezet op verantwoord thuiswerken voor het grootste deel van de achthonderdvijftig gemeentelijke medewerkers. Er moesten werkplekken aan huis worden ingericht en de technische ondersteuning, telefoon en digitaal, moest worden opgeschaald. Inmiddels is het beleid van de gemeente Alphen aan den Rijn om voor het gros van de medewerkers hybride werken mogelijk te maken: “Zonder verlies aan kwaliteit en zonder het sociale aspect uit het oog te verliezen.”

De buitendienst

Ongeveer honderdvijftig van de achthonderdvijftig gemeentelijke medewerkers kunnen nooit van huis uit werken, vanwege de aard van hun functie. “Desalniettemin moet ook voor deze medewerkers tijdens een corona-epidemie worden gedacht aan de veiligheid. Tijdens lockdowns draait het daarbij om voorkomen van besmettingen. “Anderhalve meter afstand in de busjes van de plantsoendienst gaat gewoon niet. Dan moet er een medewerker met het busje op stap en alle anderen komen op de fiets.”

Wijkmanagers en gebiedsadviseurs kregen tijdens de lockdowns niet alleen te maken met hun eigen veiligheid. Zij hebben een periode de huisbezoeken noodgedwongen gestaakt. Ook omdat veel inwoners door het besmettingsgevaar afzagen van een bezoek aan huis.

Digitaal werken

Desondanks moesten tijdens de lockdowns snel oplossingen worden gevonden waar voorheen niemand over had nagedacht. “Bij de balies van burgerzaken en op het serviceplein zijn we overgegaan op beperkte openingstijden en er is steeds meer op afspraak gewerkt. Dat heeft als bijkomend voordeel dat er geen wachttijden zijn. En bovendien kunnen medewerkers hun tijd effectiever benutten.”

Ook digitaal werken werd ineens een goede oplossing. “De meeste medewerkers bleken sneller digitaal vaardig dan we hadden gedacht. Daarom was toch veel mogelijk waarvan we voorheen dachten dat dat alleen op kantoor kon”, zegt Wekx verheugd. Wel liep de organisatie op tegen een ICT-infrastructuur en een telefoonstelsel die niet zijn ingericht op soepel en snel schakelen naar thuiswerkplekken.

THUISWERKEN VERHOOGT PRODUCTIVITEIT

Uit onderzoek van Capgemini blijkt dat het verplichte thuiswerken in 2020 tot positieve resultaten leidt. Er is meer productiviteit, omdat er minder reistijd is, er zijn flexibele werkschema's en er wordt goed gebruik gemaakt van virtuele samenwerkingstools. De winst in de dienstensector is het grootste, met de meeste 'winst' voor IT met 68 procent. Wereldwijd blijkt dat in alle sectoren een hogere productiviteit is behaald, onder meer door inzet van meer digitalisering en nieuwe technologieën. Capgemini verwacht dat een overgrote meerderheid van de bedrijven hybride werken en meer flexibel werken zal bevorderen en dat dit zorgt voor een grote transformatie.

Capgemini Research Institute, Remote workforce survey, September-October 2020

VIJF VOORWAARDEN OM VAN HYBRIDE WERKEN EEN SUCCES TE MAKEN

PcW-specialisten zien vijf randvoorwaarden om hybride werken in een organisatie te implementeren. Deze zijn essentieel om permanent succesvol te zijn:

- de manier van hybride werken moet passen bij de organisatie
- er moeten leidende principes worden ontwikkeld voor de hele organisatie met daarbij oog voor de verschillende typen werknemers
- analyseren, meten en bijsturen moeten leidend zijn
- creëer bewust ontmoetingsmomenten voor medewerkers als onderdeel van de cultuur binnen de organisatie
- vertrouwen in mensen is cruciaal

Vijf voorwaarden om van hybride werken een succes te maken op [PcW.nl/thema's/blogs](https://pcw.nl/thema's/blogs)

Thuis werken

Na de eerste lockdown is onder de medewerkers een enquête gehouden. Daaruit bleek dat iedereen in 2020 is overvallen; voor de Gemeente Alphen aan den Rijn is dat niet anders dan voor andere ondernemingen. “We waren niet ingericht op thuis werken en we hadden ook de spullen niet staan.”

De ambtenaren zagen echter ook direct al positieve kanten aan thuis werken:

- Je kunt je eigen tijd gemakkelijker indelen
- Geen reistijd
- Betere concentratie in je eigen omgeving

Het punt van concentratie heeft te maken met de indeling van het Alphenense gemeentehuis. Het gebouw is ingericht als open kantoortuin met weinig aparte kantoren en relatief weinig werkplekken. Voor 2020 had de Gemeente al maatregelen genomen om de nadelen van een kantoortuin weg te nemen. “We hadden al concentratieplekjes en stiltezones, maar dus niet structureel. Nu bleek dat het voor veel mensen prettiger en rustiger is om thuis te werken.”



Drie fasen

Voor wat betreft het beleid rond hybride werken zijn er wereldwijd drie fasen te onderscheiden:

- Voor de coronacrisis tot 2020
- Tijdens de coronacrisis 2020-2021
- Na de coronacrisis vanaf 2022

Voor de coronacrisis was er al wel een trend om meer thuis te werken. Dat was toen echter niet structureel en had ook vaak geen prioriteit. Dit geldt ook voor de Gemeente Alphen aan den Rijn: de kantoorruimte was de norm met hier en daar een stilteplek.

Toen de crisis eenmaal tot de eerste lockdown leidde, werd al snel duidelijk dat thuis werken meer is dan thuis blijven. Het was echter de eerste tijd behelpen, omdat iedereen was overvallen en niemand was ingericht voor thuis werken. De Gemeente Alphen aan den Rijn nam, net als alle ondernemingen, een aantal noodmaatregelen om zoveel mogelijk ‘normaal’ het werk af te leveren. Inmiddels zijn er voldoende arbo proof thuiswerkplekken in eigendom van de gemeente om iedereen die er een nodig heeft van een thuiswerkplek te voorzien.

Ook is hybride werken, deels op kantoor en deels thuis, de nieuwe norm geworden. Helemaal thuis werken vindt Wekx geen goede optie: “Het praatje bij de koffie is

“Nieuw gemeentelijk beleid: fiftyfifty thuis en op kantoor werken wordt de norm”

toch de smeerolie van een organisatie. Bovendien missen mensen naast het sociale contact ook de informele overlegmomenten met collega’s.”

Het nieuwe normaal

De Gemeente Alphen aan den Rijn heeft nu ingezet op hybride werken in de hele organisatie, voor zover mogelijk. “Ons nieuwe beleid sinds dit jaar is om deels thuis en deels op kantoor te werken. Wij streven naar fiftyfifty. Dat is de basis en daarna hangt het ook af van de werkzaamheden en de mogelijkheden. Dat moet worden afgestemd met de eigen teamleider, want op sommige momenten moet iedereen er gewoon zijn.”

De technische complicaties zijn een verouderd ICT- en telefoonsysteem. “We willen bijvoorbeeld in alle vergaderzalen ook met hybride teams overleggen waarbij een deel van de medewerkers fysiek aanwezig is en een deel via een teams verbinding. Om dat te bereiken, moet onze ICT worden vernieuwd. Dat is een forse investering.”

Uitdagingen

Omdat binnen de gemeentelijke organisatie geen expertise is over hoe hybride werken precies moet worden vormgegeven, is een extern onderzoek uitgevoerd door Aestate B.V. De uitdagingen zijn:

- Nieuwe telefooncentrale
- Nieuwe ICT-infrastructuur
- Inrichting van het gebouw
- Aanpassen van inventaris
- Laptops et cetera

Vanuit het ambtelijk korps is aan de voorkant meegedacht over de veranderingen. Er zijn onder circa honderdtwintig medewerkers vragen verspreid om te komen tot persona’s van een flink aantal ‘normale’ werknemers en wat zij nodig hebben. Dat wordt de basis voor de nieuwe inrichting van het gebouw. Belangrijk voor Peter Derk Wekx: “Ik wil wel dat medewerkers zo goed mogelijk kunnen werken. Ik geloof erin dat gelukkige medewerkers beter werk leveren. Daarom vind ik hybride werken een vooruitgang.” ☞

BERENSCHOT INTRODUCEERT HYBRIDE WERKEN SCAN

Berenschot heeft samen met Ixly een online scan ontwikkeld om het vermogen van medewerkers in kaart te brengen om in een hybride omgeving te presteren. De scan is ontwikkeld omdat er nog weinig aandacht is voor de vraag in hoeverre medewerkers het vermogen hebben om zich aan te passen aan hybride werken. Er wordt expliciet niet gekeken naar het technische aspect, maar naar het menselijke functioneren. De scan richt zich daarbij op drie elementen: verbinding, autonomie en lerend vermogen. Er kan met een groep of individueel worden gescand.

Hybride werken scan op [Berenschot.nl/nieuws](https://berenschot.nl/nieuws)



Big Event

DE VOA NEEMT HET VOORTOUW IN DUURZAAMHEID OP BEDRIJVENTERREIN MOLENWETERING

Zon op dak

EERSTE AANZET VOOR MEER SAMENWERKING

*Verduurzaming stelt ondernemers voor grote opgaven.
Hoe ga je om met de stijgende stroomkosten?
Wanneer stap je over op duurzame energie? Hoe isoleer
je je pand? De VOA-commissie Bedrijventerreinen en
Infrastructuur biedt bedrijven de helpende hand en
pleit voor meer samenwerking.*

TEKST: LINDA WELTHER, FOTO'S: PETER FRANKEN (PAGINA 25), ROB LAMPING (PAGINA 27).



Ondernemers en vastgoedeigenaren van Bedrijventerrein Molenwetering ontmoeten elkaar op 20 april bij Ponsioen Installatietechniek aan de Linnaeusweg in Alphen aan den Rijn. Daar werd een informatiebijeenkomst gehouden over het

project Zon op dak. Twintig aanwezigen gingen met een gratis scan ter waarde van 700 euro naar huis: binnenkort wordt bij hen een technische analyse uitgevoerd, met als resultaat een advies en offerte op maat voor plaatsing van zonnepanelen.

Bij Ponsioen liggen al driehonderd panelen op het dak. “Zo’n beslissing neem je niet zomaar”, zegt directeur Rob de Kloet. “Veel hangt af van de constructie van je gebouw. Daarnaast moet je goed nadenken over hoe je de opgewekte energie gebruikt en hoe het zit met de salderingsregeling. En dan de investering: ga je het zelf betalen, werk je met een lokale energiecoöperatie of neem je een lening bij de bank? Wat is de terugverdientijd? Hoe vergroot het je onafhankelijkheid als ondernemer? Dat is hier allemaal uitgelegd.”

Ambassadeurs

Het samenzijn in Molenwetering is onderdeel van een pilot. Bijeenkomsten op andere bedrijventerreinen volgen. Niet alleen om over zonnepanelen te praten, maar ook om nader kennis te maken. Rob: “Op de meeste bedrijventerreinen in Alphen kennen ondernemers elkaar nauwelijks. De organisatiegraad is laag. En juist op het gebied van verduurzaming kunnen we veel bereiken als we samenwerken. Ik hoop dat deze bijeenkomst voor ondernemers van Molenwetering het startpunt is geweest om meer gezamenlijk op te trekken.”

Rob de Kloet is niet de enige. In de commissie Bedrijventerreinen en Infrastructuur van de VOA zitten afgevaardigden van alle Alphense bedrijventerreinen (zie kader). Zij fungeren als ambassadeurs voor verduurzaming. Ondernemers kunnen met vragen bij hen terecht; ook zijn ze aanspreekpunt voor gemeente en provincie.

Vliegwieleffect

Commissievoorzitter Dennis van der Werff: “Elke ondernemer is druk met zijn dagelijkse business. Die energie- en klimaattransitie en de overstap naar circulair ondernemen moeten er even bij geregeld worden. Als VOA willen we daarin faciliteren en helpen. Nu praten we over zonnepanelen, maar er spelen nog veel meer onderwerpen: isolatie, batterijen voor energieopslag, vergroening. En er zijn subsidies te vergeven. Als we dat met elkaar organiseren, kost het de helft van wanneer iedereen het alleen zou doen. Vandaar die bijeenkomst in Molenwetering. We hopen zo een soort vliegwieleffect te bereiken, zodat we voorop gaan lopen in de energietransitie en klimaatadaptatie.”

Ook voor meer traditionele onderwerpen als infrastructuur en veiligheid is een betere organisatiegraad nuttig. “Als er ergens een gevaarlijk kruispunt is, kunnen we dat gezamenlijk veel sneller opmerken en melden bij de gemeente.”

Dezelfde wens

“Alleen ga je sneller, samen kom je verder”, vat Johan van Veen samen. Hij is accountmanager bedrijven bij de Gemeente Alphen aan den Rijn en zorgt ervoor dat duurzaamheid op de agenda van de commissie Bedrijventerreinen blijft. “We zitten midden in allerlei transities: de energietransitie, de overgang naar circulair



“Bedrijventerreinen zijn meer dan alleen een verzameling postcodes”

Rob de Kloet en Dennis van der Werff: “Juist op het gebied van verduurzaming kunnen we veel bereiken als we samenwerken.”

ondernemen en de klimaatadaptatie. Vooral die laatste is met stip aan het stijgen: bedrijven en bedrijventerreinen moeten beter bestand worden tegen droogte, nattigheid en hitte. Maar ook circulaire economie wint terrein. Nieuwe grondstoffen worden schaars en duur en klanten gaan steeds meer eisen stellen aan circulariteit van producten.”

“Daarom moeten bedrijventerreinen meer worden dan een verzameling postcodes”, vindt hij. “Dat is dé uitdaging voor Alphen aan den Rijn. Nu gaat het om heel concrete maatregelen. Zonnepanelen. En de verplichting om minimaal energielabel C in kantoren te hebben per 1 januari 2023. Maar te zijner tijd kunnen bedrijven veel meer ideeën gezamenlijk invullen. Hoe hoger de organisatiegraad, hoe beter ze al die transities kunnen uitvoeren. Daarin hebben VOA en de Gemeente dezelfde wens.”

Voor meer informatie: neem contact op met Petra Burgmeijer van de VOA (ook voor niet-leden). Tel: 0172-424468, petra@voaonline.nl. ☞

LEDEN VOA-COMMISSIE BEDRIJVENTERREINEN EN INFRASTRUCTUUR

Heimanswetering: Dennis van der Werff, Van der Werff Groep (voorzitter)

Greenport: Michiel Gerritsen, St. Belangenbehartiging Greenport Boskoop

ITC/PTC Hazerswoude: Laurens Kaashoek, Fortune Coffee

Hoorn West: Han Kalkman, Hillsafety

Rijnhaven: Hendrik Jan Grimbergen, H.J. Grimbergen b.v. - Industrial Systems

Steekterpoort en Distripool: Marco Pols, Prezero Recycling and Recovery Netherlands

Hoorn West - ten westen van de Leidsche

Schouw: Ronald Kempenaar, Renault Kempenaar

De Schans I - De Vork: vacature. Waarnemer: Marco Pols, PreZero

Hazerswoude-Rijndijk: Paul Peter Tijssen, Tijssen goed voor dieren

Hoogewaard (Koudekerk a/d Rijn + Gnephoek): Leen Schouten jr., Schouten Olie

Schans II: Erik Akkermans, Vereniging Parkmanagement De Schans II

Verbreepark (Benthuisen): Corné van Waay, Van Waay Interieurs Benthuisen

Infrastructuur in en rondom Alphen aan den Rijn: John van der Laan, Van der Laan Touringcar bv

Molenwetering en lid VOA-commissie Duurzaamheid: Rob de Kloet, Ponsioen Installatie Techniek

VOA-commissie Duurzaamheid: Matthijs Mulder, Berntsen Mulder Advocaten

Gemeente Alphen aan den Rijn: Johan van Veen

Omgevingsdienst Midden Holland: Marc Koene

Economic Development Board Alphen aan den Rijn (EDBA): Joost Berkhout

MARIE-LOUISE VAN MOURIK NEEMT NA 25 JAAR AFSCHIED VAN JUNIS KINDEROPVANG

In 2009 kende de verkiezing tot VOA Onderneming van het Jaar een verrassende winnaar. Als directeur-bestuurder van Junis Kinderopvang – toen nog bekend onder de naam SKA – stond Marie-Louise van Mourik glimmend van trots op het podium, en ook wel een beetje beduusd. Dat VOA-leden hun waardering uitspraken voor de ondernemingskracht van een maatschappelijke organisatie, was in die tijd ongekend. Sindsdien is Junis uitgegroeid tot een grote regionale werkgever met ongeveer 1.100 medewerkers, 96 locaties en een omzet van 42 miljoen. Een professioneel bedrijf in de breedste zin van het woord dus, en mede daarom is dit een mooi moment voor Marie-Louise om na 25 jaar haar carrière een andere wending te geven: “Ik laat een zelfbewuste, ondernemende organisatie achter, die iedere keer in staat is gebleken om mee te bewegen met wat de maatschappij van haar vraagt.”

Hoogtijdagen en crises

In die 25 jaar heeft Marie-Louise veel hoogtijdagen gekend, maar er waren ook diepe crises die een fors beroep deden op het aanpassingsvermogen van de organisatie: “Toen ik aantrad waren we nog een bescheiden Alphens bedrijf, maar inmiddels zijn we een grote speler in het Groene Hart, dankzij onze uitbreiding in de richting van Bodegraven en Zoetermeer. Er zijn perioden geweest dat we de ene na de andere locatie feestelijk openden, maar we hebben ook kenteringen in de markt meegemaakt die ons noodzaakten tot inkrimping en reorganisaties. De kinderopvang is een sector die voortdurend in beweging is, mede door de sterke maatschappelijke en politieke invloeden. Dat betekent dat je continu voeling moet houden met de markt, met wat ouders en kinderen nodig hebben, om tijdig daarop in te spelen met een vernieuwend dienstenpakket.”

Maatschappelijke betekenis

“Professionele kinderopvang speelt een belangrijke maatschappelijke rol. Dat die betekenis nu ook door het kabinet volmondig wordt erkend, is de uitkomst van een landelijke dialoog die brancheorganisaties al jarenlang voeren met de overheid en het bedrijfsleven. Door geld vrij te maken voor bijna gratis kinderopvang, investeren we als samenleving in een kansrijke toekomst voor ieder kind. Kinderen worden spelenderwijs

gestimuleerd om zich te ontplooiën en ouders krijgen meer mogelijkheden om hun carrière te combineren met hun gezin. Junis heeft van begin af aan een sterke pedagogische visie ontwikkeld, die de ruggengraat vormt van onze organisatie. Wij staan voor de kwaliteit van onze opvang, al heeft covid ook binnen onze organisatie een zware wissel getrokken op de vitaliteit en de energie. Sinds de zomer van 2021 zien we weer een spectaculaire stijging van de vraag naar kinderopvang en het is alle zeilen bijzetten om dat tempo bij te benen met werving, scholing en arbeidsmarktcommunicatie.”

Vliegwiel voor resultaten

“De sterke inhoudelijke focus op pedagogiek vindt zijn evenknie in Natuurlijk Leiderschap, het cultuur- en leiderschapstraject dat wij een aantal jaar geleden hebben ingezet en dat inmiddels stevig is verankerd in het DNA van Junis. Natuurlijk Leiderschap fungeert voor ons als een soort vliegwiel om resultaten te behalen. Doen we de juiste dingen, en doen we ze goed? Benutten we ieders competenties? Voeren we daarover een zuivere dialoog, ingegeven door een eerlijke blik op onze kwaliteiten en valkuilen? Vanuit die basisvragen hebben we de leergang vormgegeven, en nu steeds meer medewerkers die gevolgd hebben, raakt het gedachtegoed echt verweven met onze organisatie. Natuurlijk Leiderschap brengt samenhang in de samenwerking, zowel intern als met onze partners uit onderwijs, overheid, bedrijfsleven, sport en cultuur.”

Ondernemen met passie

In de nieuwe loopbaanfase die zich nu aandient, wil Marie-Louise haar ervaringen met Natuurlijk Leiderschap breder gaan uitdragen: “Natuurlijk Leiderschap is verbindend leiderschap. In tijden van verandering is daar een grote behoefte aan, omdat we alleen vanuit onszelf en met elkaar tot vernieuwende oplossingen kunnen komen. Mijn passie voor dit onderwerp wil ik nu op andere manieren gaan inzetten. Ik hou van de dynamiek van het maatschappelijke domein, maar ik ben er ook trots op dat we succesvol gestuurd hebben op resultaat en op een financieel gezonde organisatie. Die verbinding van passie en ondernemerschap zal ik blijven opzoeken, want daar komen de mooiste dingen uit voort. Kijk maar naar Junis.” ☞



Een kansrijke toekomst

*“In tijden van
verandering is
grote behoefte
aan verbindend
leiderschap”*

KENNIS HALEN ÉN BRENGEN OM DE TRANSITIE TE VERSNELLEN

Impuls voor circulair

Alphen aan den Rijn profileert zich al jaren als een groene stad met lef. Om die woorden kracht bij te zetten, publiceerde de EDDBA vorig jaar een advies waarin de economische ontwikkeling van onze gemeente gekoppeld werd aan een stevige focus op duurzaamheid en innovatie. Dat advies is volmondig overgenomen in de Economische Agenda voor de komende jaren, en toch komt de uitvoering nog niet echt van de grond. De wil is er, de ambitie ook, maar de praktijk blijkt weerbarstig. Nu de grond- en energieprijzen hard stijgen, is er een extra argument bijgekomen om niet langer te aarzelen. Om ondernemers te ondersteunen in de stap van woord naar daad, start binnenkort een pilot voor een kenniscentrum voor circulair ondernemen. Hier kunnen ondernemers kennis halen én brengen, om met elkaar het tempo van de transitie op te voeren en zo hun toekomst veilig te stellen.

Nut en noodzaak

Om het kenniscentrum van de grond te tillen, hebben verschillende partijen de krachten gebundeld. EDDBA, VOA,

Gemeente Alphen aan den Rijn, Greenport Boskoop en Huis van de Duurzaamheid/Bibliotheek Rijn en Venen tekenden in als initiatiefnemers. Zij vinden elkaar in het besef dat een duurzame verandering zowel broodnodig als onontkoombaar is voor hun achterban. Joost Berkhout van EDDBA: “Deze brede vertegenwoordiging laat zien dat nut en noodzaak van circulair ondernemen nu echt gevoeld worden. Veel ondernemers worstelen met vragen of met praktische bezwaren, terwijl er landelijk al veel kennis beschikbaar is waarmee zij hun voordeel kunnen doen. Deze pilot is bedoeld om al die informatie samen te brengen. Ondernemers kunnen bij het centrum terecht met hun vragen, maar nadrukkelijk ook met hun ervaringen en ideeën. Het is halen én brengen.”

Het grote verhaal

Marco Pols is vanuit de commissie Duurzaamheid van de VOA aangehaakt: “Veel ondernemers onderschrijven echt wel het grote verhaal, maar het gaat er nu juist om hoe je dat vertaalt naar jouw eigen ‘kleine’ organisatie. De alarmerende berichten over klimaatverandering komen heus wel binnen, »

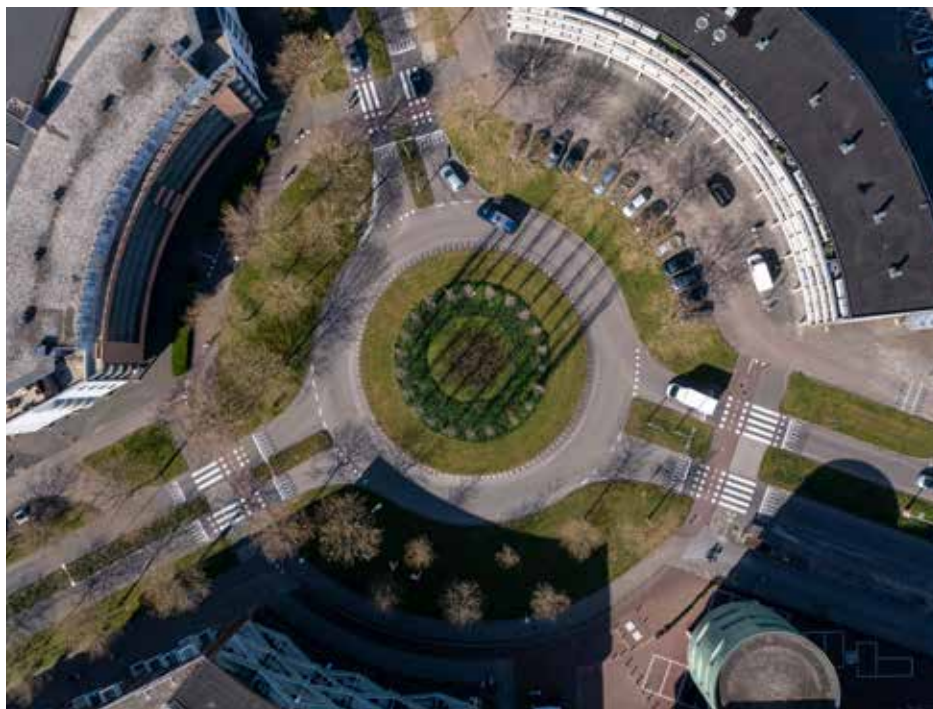
“Je kunt ook gewoon klein beginnen, met een eerste stap”



ondernemen



*Hester Van Beek (Bibliotheek Rijn en Venen), Marco Pols (VOA),
Johan van Veen (Gemeente Alphen aan den Rijn), Dave Damen (Huis van
Duurzaamheid), Joost Berkhout (EDBA).*



*“Het wordt
toch
aantrekkelijker
als je er iets
aan kunt
verdienen”*

maar nu ondernemers ook geconfronteerd worden met stijgende grondstof- en energieprijzen, zien zij de consequenties ook direct terug in hun marges. Wanneer de productie in de problemen komt en de kostprijs onder druk staat, ben je toch sneller geneigd om naar je eigen processen te kijken. De circulaire economie is een wereldwijde uitdaging, maar iedere ondernemer kan een bijdrage leveren, hoe klein of groot ook.”

Klein beginnen

Johan van Veen vertegenwoordigt Gemeente Alphen aan den Rijn aan deze tafel: “Ondernemers die tegen het vraagstuk aanhikken, maken het soms te groot. Je kunt ook gewoon klein beginnen, met een eerste stap. Vanuit het kenniscentrum kunnen wij dan een sterk netwerk aanbieden, lokaal en daarbuiten, van bruikbare inzichten en succesvolle initiatieven. Welke businessmodellen kun je bijvoorbeeld overwegen om circulair te gaan werken? Je zou productiemiddelen kunnen delen of het product bijvoorbeeld als een dienst aanbieden, om op een efficiëntere manier met grondstoffen om te gaan. Wellicht zijn er mogelijkheden om de kringloop daadwerkelijk te sluiten, al dan niet in de keten. We zien steeds vaker dat klanten eisen stellen aan duurzaam materiaalgebruik, en wie daar als leverancier niet aan kan voldoen, loopt in de

toekomst simpelweg opdrachten mis. Nu de grondstofprijzen stijgen, stijgt de waarde van de reststromen net zo hard mee, dus het loont de moeite om de mogelijkheden van recycling en hergebruik te onderzoeken.”

Op sleeptouw

Dave Damen is kwartiermaker van het Huis van de Duurzaamheid, dat onderdak heeft gevonden in de bibliotheek Rijn en Venen. “Gelukkig zijn er al zo veel goede voorbeelden op dit gebied, dat ondernemers niet het wiel opnieuw hoeven uit te vinden. Zij moeten alleen op het juiste spoor worden gezet. Het Huis van de Duurzaamheid is ingezet op die verbindende rol. Wij helpen inwoners en ondernemers om elkaar op sleeptouw te nemen, en onder die paraplu zou het nieuwe kenniscentrum natuurlijk prima passen.” Hester van Beek, directeur van de bibliotheek, vult aan: “Bestaande activiteiten en programma’s kunnen veel intensiever worden benut, en het kenniscentrum zou die lijnen kunnen versterken richting het bedrijfsleven. Ook lokale ondernemers ontplooiën al fantastische initiatieven op het gebied van circulariteit, en sommigen hebben dit zelfs al volledig ingebed in hun strategie. Dit soort voorbeeldgedrag willen we veel meer delen en uitdragen.”

Kostenpost of verdienmodel

In Boskoop worden zulke ‘best cases’ al uitgewisseld en opgepakt, vertelt Andries Middag van Greenport Boskoop. “De tuinbouw staat voor grote collectieve opgaven, gerelateerd aan bodemdaling en de kwaliteit en kwantiteit van water. In het kielzog van die ontwikkelingen wordt verduurzaming als een belangrijk speerpunt gezien. Er zijn bijvoorbeeld goede initiatieven om het verbruik van plastic in de sector te verminderen door slimme retoursystemen in gebruik te nemen. We kijken ook naar vervangende bodemverbeteraars, waarin reststromen zijn verwerkt. Je kunt ondernemers aan-

“De urgentie is hoog en we hopen dat ondernemers dat ook zo voelen”

zetten om hieraan een voorbeeld te nemen, zeker met het zicht op kostenbesparingen of rendementsverbeteringen. Het wordt toch aantrekkelijker als je er iets aan kunt verdienen.”

Urgentie

De aanvraag voor deze pilot ligt nu nog bij de provincie, maar de initiatiefnemers willen graag snel aan de slag, al is er nog enige discussie over de benaming. Joost Berkhout: “Het wordt geen statisch informatieloket, want dat staat haaks op de actieve uitwisseling die we beogen. Paarse krokodillen of papieren tijgers zijn niet de bedoeling. Om diezelfde reden klinkt ‘Kenniscentrum’ ons ook iets te passief in de oren, dus we buigen ons nog over een naam die de lading dekt. Wat daaruit moet spreken, is de praktische insteek: wie of wat heeft deze ondernemer nodig om het circulaire gebruik van grondstoffen en materialen op te pakken, en hoe kunnen we hem of haar daarmee in contact brengen? Dat is ook een kwestie van experimenteren, maar de urgentie is hoog en we hopen dat ondernemers dat ook zo voelen. Wie denkt dat hij pas in beweging hoeft te komen als het echt moet, overschat zichzelf. De markt is nu aan het kantelen, dus dit is het moment om circulair ondernemen te omarmen. Zorg dus dat je goed geïnformeerd bent en laat je inspireren door alle kennis en ervaring die al voorhanden is.” ◀



GOED VOORBEELD DOET GOED VOLGEN

In de ene sector krijgt circulariteit meer prioriteit dan in de andere. In de bouw ontstaan bijvoorbeeld al veel vooruitstrevende initiatieven. Neem een onderneming als **Vlasman BV**, waar circulair slopen is uitgegroeid tot een tweede natuur. Het bedrijf heeft een medewerker Circulariteit & Duurzaamheid aangesteld die bij aanvang van ieder project de kansen en mogelijkheden voor het hergebruik van materialen inventariseert. Daarbij wordt de samenwerking in de keten gezocht om circulair slopen en recycleren naar een hoger plan te tillen.

In de agrarische sector liggen ook veel kansen tot verduurzaming, maar de plattelandsondernemers in onze gemeente kunnen daarbij best een steuntje in de rug gebruiken. De pilot voor het kenniscentrum is daarom zeker ook voor hen bedoeld, bijvoorbeeld voor de uitwisseling van best practices, zowel uit de eigen sector als uit andere branches.

Een goed voorbeeld is het initiatief van **Telрмааt** om een retoursysteem op te zetten voor plastic verpakkingen voor de boomkwekerij en aardbeienteelt. Het bedrijf heeft een hub gemaakt voor de inzameling van potten, trays en folie, die vervolgens worden ingedikt en gerecycled. Bovendien experimenteert Telрмааt met het verduurzamen van verpakkingen, zoals potten van duurzaam hout. Ondernemer Jeroen Frase zegt hierover: “Duurzame verpakkingen zijn de toekomst, ook in de boomkwekerij. Uiteindelijk moeten we daar naartoe, want de consument wordt ook steeds bewuster en wil straks geen plastic potten meer. Ik vind het zelf belangrijk om maatschappelijk verantwoord te ondernemen met Telрмааt en daar is dit een voorbeeld van.”

“Lokaal duurzaam vervoer is laaghangend fruit: maak die stap!”

De wereld een beetje beter maken, dat is wat Iwan Blokker drijft. Het doel van zijn bedrijf Lessgo is even krachtig als eenvoudig: het verduurzamen van goederenverkeer binnen Alphen aan den Rijn, door verzendingen te bundelen en elektrisch of per fiets te vervoeren. Bedrijven kunnen zo met weinig moeite het aantal vervoersbewegingen en hun CO₂-uitstoot terugbrengen. Iwan noemt samenwerken met Lessgo dan ook ‘laaghangend fruit’.

Daarmee doen bedrijven volgens Iwan niet alleen zichzelf een plezier, maar ook de stad en haar inwoners: “Het maakt de stad rustiger, veiliger en schoner. Het is een andere manier van denken: nu rijden bezorgbusjes drie keer per dag door een straat. Hoe zorg je ervoor dat dat maar één keer hoeft? Wij stimuleren dit soort duurzame keuzes, bijvoorbeeld door ervoor te zorgen dat het verzenden van drie pakketten net zo duur is als het verzenden van één pakket.”

Verbeteren als drijfveer

Iwan Blokker is een innovator in hart en nieren. “Ik vind het leuk om te werken, maar ik moet wel het idee hebben dat ik er de wereld een beetje beter mee maak.” Tijdens zijn laatste baan als consultant voor circulaire concepten ontdekte hij dat hij het liefst zélf door middel van ondernemen iets voor het milieu wilde betekenen. “Mijn broer Odaccar liep al enige tijd rond met ons idee voor duurzame goederenoverslag. In 2019 ging het balletje rollen toen hij een stagiaire liet onderzoeken of een duurzame manier van goederenoverslag enige kans maakte in Alphen aan den Rijn. Dat bleek zo te zijn. Voor ons was dat reden genoeg om de uitdaging aan te gaan!”



Iwan Blokker van Lessgo (rechts) en Xavier Duijn van transportbedrijf Weduwe de Bruyn vergroten elkaars reikwijdte.

Samenwerking

Zo werd Lessgo geboren. Eind 2019 startten de broers met een samenwerking met Marc Veldkamp, van Bike Koerier Alphen, en twee elektrische wagens. “Onze eerste klant was SCOPE scholengroep, de grootste onderwijsinstelling in de regio. Daarna volgden onder andere duurzame drukkerij De Bink en Lyreco, een landelijke leverancier van kantoorartikelen. Dankzij onze samenwerking met transportbedrijf Weduwe de Bruyn hebben we elkaars reikwijdte kunnen vergroten. Zo breiden we steeds verder uit.” Volgens Iwan zitten we nu in een transitiefase: “Steeds

meer bedrijven realiseren zich dat duurzaam lijken onvoldoende is, ze moeten echt stappen ondernemen. Wij helpen ze door een flinke slag te maken op gebied van efficiëntie en emissievermindering. Hoe meer bedrijven zich aansluiten, hoe efficiënter we ze kunnen helpen.” ☞

Lessgo
Albert Einsteinweg 13
2408 AP Alphen aan
den Rijn
T: 0172-263090
Alphen@lessgo.nl
www.lessgo.nl



TUSSEN DROOM EN DAAD

FRANK PONSIOEN IS VOORZITTER VAN DE ECONOMIC DEVELOPMENT BOARD ALPHEN AAN DEN RIJN (EDBA).

De gemeenteraadsverkiezingen liggen inmiddels alweer een aantal weken achter ons. Terwijl ik dit schrijf, puzzelen de onderhandelaars achter de schermen nog steeds op de samenstelling van een nieuw te vormen college. Als inwoners kunnen wij slechts nagelbijtend het coalitieakkoord afwachten, maar intussen draait de wereld onverbiddeijk door. Alle ogen zijn gericht op Oekraïne, waar de escalaties elkaar snel opvolgen. Deze ontwikkelingen, hoe urgent en actueel ook, dreigen de klimaatdoelstellingen naar de achtergrond te verdringen. Laten we dus hopen dat het kersverse college A) niet lang meer op zich laat wachten en B) onverkort vasthoudt aan de koers die met de nieuwe Economische Agenda is uitgezet.

Toen de EDBA in 2021 zijn advies uitbracht voor een vitaal en toekomstbestendig economisch klimaat, stond het toenmalige college vierkant achter de ambitieuze doelstellingen op het gebied van verduurzaming die daarin werden benoemd. Het rapport was bijna letterlijk terug te lezen in de Economische Agenda, met veel aandacht voor circulariteit, klimaatadaptatie en de energietransitie. En vervolgens werd het stil. Het bleek lastig om het verduurzamingsbeleid te vertalen naar een concrete uitvoering en nóg lastiger om daaraan de benodigde budgetten te verbinden. In dat niemandsland tussen droom en daad bevonden we ons toen de lokale verkiezingen gehouden werden, en zolang er nog geen witte rook verschijnt uit ons glazen stadhuis, blijven we daar vastzitten.

Het is niet te hopen dat aan die onderhandelings-tafel het vastgestelde beleid weer ter discussie wordt gesteld. Dat het eenstemmige jawoord waarmee de plannen in 2021 nog werden begroet, verandert in 'ja, maar' of 'misschien'. Juist nu de grondstof- en energieprijzen zo hard stijgen en de afhankelijkheid van het Russische gas pijnlijk duidelijk is, zouden we een extra reden moeten hebben om vaart te maken met die verduurzaming. Om circulariteit bij ondernemers onder de aandacht te brengen, om schone energiebronnen aan te boren en om onze leef-omgeving tijdig aan te passen aan de veranderende klimaatomstandigheden. Een Economische Agenda is dan een goede openingszet, maar daarmee is het spel nog niet gewonnen. Deze ingrijpende transitie vraagt om keuzes en om daadkracht, niet om pappen en nathouden. Er moet een volslagen nieuwe weg worden geplaveid en dan volstaat het niet om her en der wat gaten te dichten.

Maar misschien is dat juist wat onze lokale bestuurders en politici aan het doen zijn, de weg plaveien voor het ondernemerschap in onze gemeente. Dat zij nu simpelweg de tijd nemen om de kansrijke toekomst vorm te geven die besloten ligt in verduurzaming en innovatie. Alphen aan den Rijn is een stad met een beperkte ruimte, waarin wonen en werken voortdurend om voorrang strijden. Laat de vastgestelde Economische Agenda daarin fungeren als een kompas voor de toekomst, waarde onderhandelaars, en verbind er vooral een realistische, doch ambitieuze uitvoering aan. We kunnen haast niet wachten. ◀

Infographic

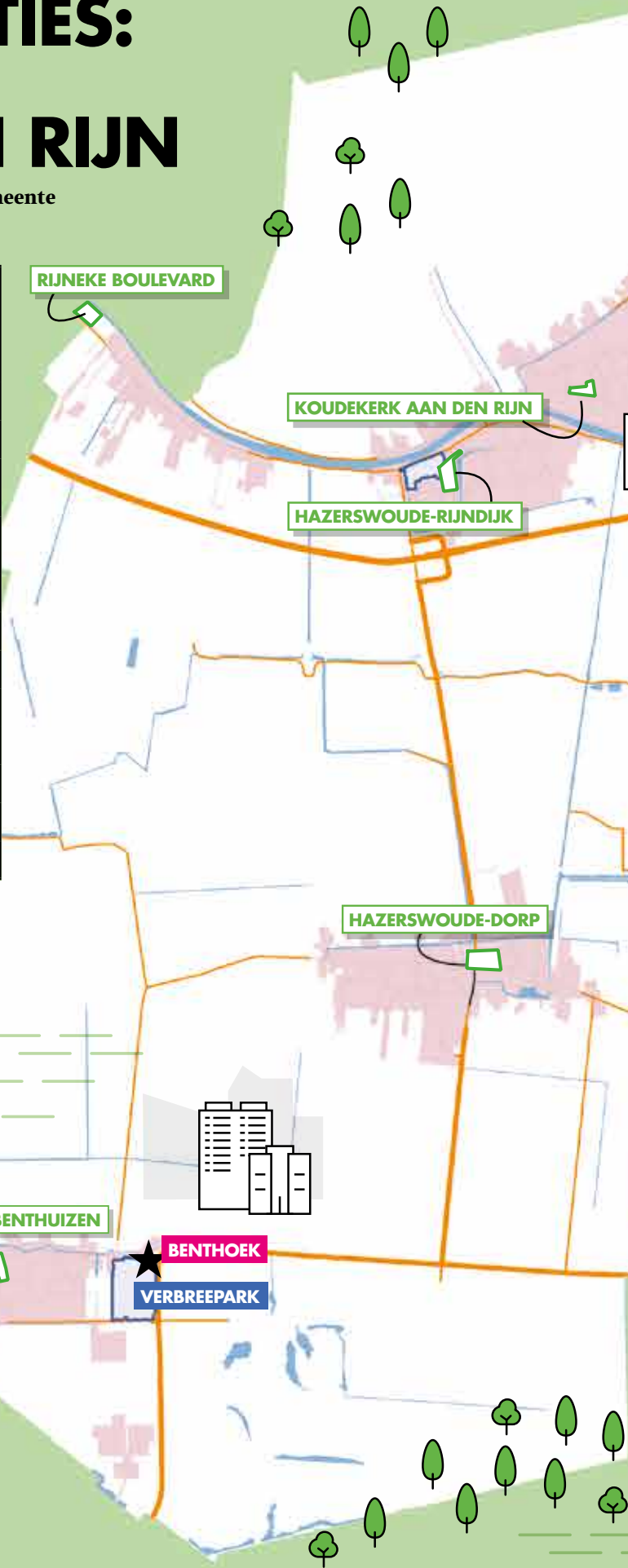
BEDRIJVENLOCATIES: GEMEENTE ALPHEN AAN DEN RIJN

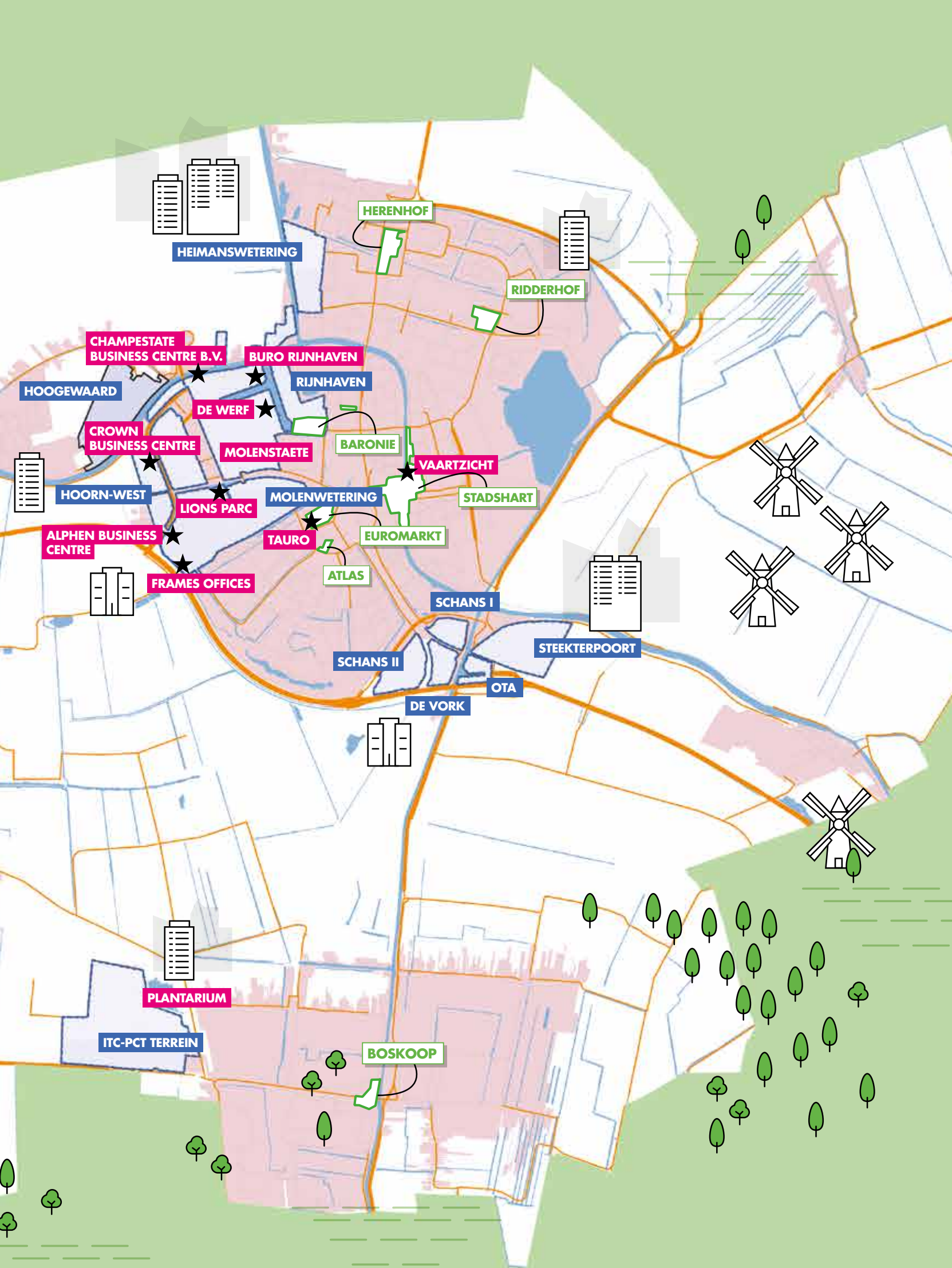
Tot stand gekomen met medewerking van de Gemeente

BEDRIJVENTERREIN	AANTAL INGESCHREVEN ORGANISATIES OP LOCATIE	AANTAL MEDEWERKERS OP TERREIN VOLGENS INSCHRIJVING BIJ DE KVK
DE VORK	5	65
HEIMANSWETERING	135	1038
HOOGewaard (INCL. GNEPHOEK)	84	1476
HOORN-WEST (INCL. CROWN)	119	1101
ITC-PCT TERREIN	144	855
MOLENWETERING	412	4991
OTA	1	25
RIJNHAVEN	451	2698
SCHANS I	9	401
SCHANS II	39	515
STEEKTERPOORT	17	67
VERBREEPARK	64	399

NB 1: Bovengenoemde cijfers zijn indicatief en niet exact. Bedrijven kunnen meerdere inschrijvingen op één economische eenheid hebben. Bedrijven die wel actief zijn op bedrijventerreinen maar staan ingeschreven op een woonadres zijn niet in dit overzicht opgenomen.

NB 2: De hier afgebeelde locaties van bedrijfsverzamelgebouwen kwamen tot stand op basis van inzicht van de Gemeente Alphen aan den Rijn en na controle op minimaal 9 afzonderlijke inschrijvingen van bedrijven op één adres.





Good to Care

“Voordelen & nieuwe energie! Hoe werkt dat?”

Mensen met heel Nederland als speelveld komen soms tot de conclusie dat de eigen achtertuin een hele leuke plek is om te vertoeven. Zo ook Hilda Nieuwenhuizen. Toen haar ter ore kwam dat deze uitgave van VOA Magazine over ‘de juiste plek’ gaat, zag zij haar kans schoon zich breed kenbaar te maken aan de ondernemers in deze regio. “In het lokale MKB komen alle facetten van mijn vakgebied in wisselende samenstelling naar voren.”



Hilda Nieuwenhuizen

5 jaar geleden is 'Good to Care' opgericht door Hilda Nieuwenhuizen. Voor die tijd heeft Hilda meer dan 15 jaar ervaring opgedaan met het begeleiden van honderden managers van bedrijven met verschillende groottes, met persoonlijke ontwikkelingstrajecten, teamontwikkeling en (complexe) verzuimvraagstukken. Good to Care was een succesvolle sprong in het diepe, en via haar netwerk werd zij in contact gebracht met verschillende grote en kleine werkgevers, zoals o.a. politie NL. In het cliëntenbestand bevinden zich inmiddels tot haar grote genoegen ook MKB'ers uit haar eigen regio Alphen aan den Rijn.

Mens en werk

Duidelijkheid en mindset zijn twee zaken die je nodig hebt als bedrijf om vragen rondom 'de juiste plek' goed voor jezelf te kunnen beantwoorden. Vragen die je als werkgever bezig kunnen houden luiden bijvoorbeeld: 'Zijn mijn bedrijf, missie en visie op de juiste plek?' De manier waarop jij jouw bedrijf op de juiste plek wil krijgen is voor iedereen een andere uitdaging. In dat raakvlak kan de zakelijke expertise van Hilda een doorslaggevende rol spelen. Want naast de persoonlijke aspecten van medewerkers, de visie en missie van het bedrijf heb je als ondernemer ook met wetgeving te maken. Er is vaak creativiteit nodig om zaken zoals bijvoorbeeld verzuim in de juiste banen te leiden. Good to Care hanteert daarbij een unieke werkwijze. Er wordt duidelijkheid gecreëerd met een gepersonaliseerd plan, waarbij mensen nog meer inzicht krijgen over wat ze willen bereiken en hoe ze dit gaan bereiken. Hierbij speelt de mindset een grote rol. Hoe je denkt, wat je gelooft en wat je dagelijkse routine is heeft altijd invloed op jezelf, jouw teamresultaten en jouw bedrijf.

Gepersonaliseerd plan

"Met 15 jaar ervaring in dit vak durf ik best hardop te zeggen dat ik mensen zie zoals ze zijn", aldus Hilda. "Ik kom er snel achter waar de talenten liggen. Daarbij verstrek ik het nodige zelfinzicht. Rekening houdend met specifieke omstandigheden en beperkingen, die overigens vaak zelfopgelegd zijn. We gaan in gesprek, waarbij ik de benodigde tools verstrek waarmee zij zelf een gepersonaliseerd plan van aanpak kunnen maken. Stap voor stap en in hun eigen tempo. Met behulp van dit plan ontwikkelt de eigenaar of de medewerker zich richting de positie waar hij of zij wil zijn en goed tot z'n recht komt. Hierin zijn de visie en missie van het bedrijf volledig opgenomen."

Het komt regelmatig voor dat iemand zelf tot de conclusie komt dat hij of zij niet helemaal op de juiste plek zit, leert haar ervaring. Dat kan een schok zijn, want wat voor een persoon ben je dan? En hoe kom je wel op de juiste plek waar je wilt zijn? Met een passend en persoonlijk plan wordt een eerste stap in de juiste richting gezet. Er ontstaat beweging en je ziet mensen groeien, met een onmiskenbare positieve invloed op hun gezondheid. Het bedrijf krijgt op



Hoe komen bedrijfseigenaren en de medewerkers op de juiste plek? Good to Care verzorgt coaching en re-integratie bij restaurant en evenementenlocatie De Dyck in Woubrugge.

zijn beurt een mooie, nieuwe impuls. In cultuur, in teamgevoel en in succes. "Dat is geweldig om te zien", aldus Hilda.

De beste optie

Natuurlijk zijn er ook complexe situaties waarbij het werk voor mensen lastiger wordt, zonder dat er een passend alternatief kan worden geboden. Ook in deze situatie kan Hilda aangeven waar en hoeveel werkgevers kunnen besparen, en wat werknemers kunnen doen om inzicht te krijgen in hun inkomen. "De mogelijkheden bevinden zich soms niet in het werk, maar elders in het leven", leert haar ervaring. "Zo heb ik recent een werkgever en medewerker begeleid richting de UWV-keuring, waarmee de schadelast voor de werkgever in deze situatie één jaar werd verkort. Dan praat je over een bedrag dat kan oplopen naar 150.000 euro; in dit geval 50.000 euro. De medewerker in kwestie had hierdoor nihil loonverlies. Hiermee is voor beide partijen een periode vol wederzijdse potentiële frustraties voorkomen en is er een win-winsituatie ontstaan, ondanks de beperkende omstandigheden."

De beschikbare mogelijkheden liggen in iedere situatie en voor ieder bedrijf op andere vlakken. Daarom heeft Hilda ook adviezen van meer algemene aard. "Bij grotere bedrijven zeg ik altijd: zorg goed voor je team, voor de mensen en voor de cultuur. MKB'ers adviseer ik daarbij om vooral dichtbij zichzelf te blijven. En medewerkers zou ik willen wijzen op het feit dat iedereen over talenten beschikt. Soms moet je deze nog ontdekken of kun je ze ontwikkelen. Het enthousiasme dat daaruit voortkomt geeft je positieve energie, die doorsijpelt in alle facetten van het werk en bij jezelf." «

Wil je meer informatie?
Good to Care
F. van Bourgondiëstraat 13
2405 ZM Alphen aan den Rijn
Tel.: 06-12355753
www.goodtocare.nl
info@goodtocare.nl

Big Event

DE MOOISTE VOA-EVENEMENTEN WAAR WE NAAR UITKIJKEN EN OP TERUGBLIKKEN.



UITREIKING VAN DE VOAWARDS 2022

Vijf winnaars, vijf vragen. Wat betekent zo'n VOAWARD?

De uitreiking van de VOAWARDS 2022 was top-entertainment. Presentator Gerard Ekdom maakte er een wervelend spektakel van. Circa 5000 televisiekijkers volgden het evenement live. Wat betekent winst bij de VOAWARDS uitreiking voor je bedrijf? We stelden de vijf winnaars vijf vragen over vijf P's: prijs, passie, plek, populariteit en plan.

TEKST: MORVENNA GOUDKADE, FOTO'S: MARIUS ROOS.



**Nog even terugkijken
of nagenieten?**



Scan QR voor de
aftermovie



Scan QR voor het
fotoboek

*“Na twee
jaar corona is
het een grote
opsteker”*

VOAWARDS²⁰²²



WIE: **CHELSEY HENDRIKS**

WAT: **SEO & SEA ONLINE MARKETING SOLUTIONS**

WINNAAR: **MKB**

PRIJS: Wat heeft de VOAWARD je gebracht?

“Heel veel reacties, meer naamsbekendheid en nieuwe klanten!”

PASSIE: Wat doe je en waarom?

“Mijn bedrijf helpt andere bedrijven bij online vindbaarheid en online groei. Er is veel behoefte aan onze ondersteuning en dat geeft mij veel motivatie en plezier in mijn werk.”

PLEK: Waar zit je en waarom?

“In Alphen, aan de Eikenlaan, in een pand met veel doorgroeimogelijkheden. Heel fijn, want op onze vorige locatie groeiden we uit ons jasje. We werken landelijk, maar ik wil graag in Alphen blijven, voor mij is dat de fijnste plek.”

POPULARITEIT: Waarom hebben mensen op je gestemd?

“Ik ben nogal actief in Alphen en zoek veel samenwerking. Veel mensen hebben daar leuk op gereageerd.”

PLAN: Wat kunnen we van je verwachten?

“We zijn flink aan het doorgroeien in de Randstad. Klanten zoeken ons zelf op, dat is heel positief. Ik heb de ambitie om één van de betere bureaus in de Randstad te worden.”



WIE: **MORGANN TEN BRINK**
WAT: **IMOGEN PRODUCTIONS**
WINNAAR: **STARTERS**

PRIJS: Wat heeft de VOAWARD je gebracht?
"Veel felicitatie-appjes, veel nieuwe contacten en veel nieuwe aanvragen."

PASSIE: Wat doe je en waarom?
"Ik help bedrijven met online marketing, sociale media, webdesign en events. Ik ben voor mezelf begonnen omdat ik volgens mijn eigen ideeën wil werken. En dat gaat goed."

PLEK: Waar zit je en waarom?
"Ik zit met mijn eenpersoonskantoor bij de Jumbo in Alphen, bij mijn vader in het pand. Voor mij is het fijn om niet alleen thuis te werken, maar met mensen om me heen. Voor inspiratie en gezelligheid."

POPULARITEIT: Waarom hebben mensen op je gestemd?
"Door corona waren er minder connecties, maar ik ben wel zichtbaar geweest op de social media en bij de VOA. Mensen hebben me dus wel gezien."

PLAN: Wat kunnen we van je verwachten?
"Verder groeien, mezelf verder ontwikkelen, mijn collega-netwerk uitbreiden. En ik ben bezig met een soort zelfhulppakket voor online marketing."

WIE: **MIRJAM VAN TRIEST**
WAT: **BYMIP**
WINNAAR: **ZZP**

PRIJS: Wat heeft de VOAWARD je gebracht?
"Meer zelfverzekerdheid. Ik ben van mezelf een gevoelig persoon en helemaal niet zakelijk, dus die waardering voelt heel fijn."

PASSIE: Wat doe je en waarom?
"Fotografie en graphic design: alles met plaatjes, zeg maar. Als ik een website ontwerp, werk ik vaak met zelfgemaakte foto's, al mijn creativiteit in één product. Ik vind dat heel leuk om te doen en mensen krijgen altijd iets nieuws."

PLEK: Waar zit je en waarom?
"Ik zit op De Werf in Alphen, naast het Ketelhuys. Een inspirerende omgeving, industrieel. Er zitten meer mensen in het pand, mensen om een bak koffie mee te drinken. (lachend:) Fijn, want anders zou ik me eenzaam voelen."

POPULARITEIT: Waarom hebben mensen op je gestemd?
"Ik denk om mijn positieve vibe, ik ben enthousiast en ga er voor 300 procent voor. Ik denk dat mensen het me gunnen."

PLAN: Wat kunnen we van je verwachten?
"Ik wil mijn bedrijf verder ontwikkelen, een plan maken, maar vooral blijven doen wat ik leuk vind."





WIE: **SELINA KALKHOVEN**
 WAT: **MAGGIE BLUE**
 WINNAAR: **HORECA & RETAIL**

PRIJS: Wat heeft de VOAWARD je gebracht?

"Trots en blijdschap, onwijs mooi om de prijs te winnen. Na twee jaar corona is het vooral een grote opsteker."

PASSIE: Wat doe je en waarom?

"Mijn passies zijn horeca en mensen. Ik wil mensen een belevenis geven, hen laten genieten van eten en drinken en elkaar. In Maggie Blue doen we dat net even anders, in een bijzonder interieur, met sfeer, met cocktails, met dj's. Op onze eigen manier."

PLEK: Waar zit je en waarom?

"Met Maggie Blue zitten we in het Alphen stadshart, in het gerenoveerde Nutsgebouw. Een hippe, stadse vibe, dat hoort bij Maggie. Heel bijzonder, mijn vader heeft er vroeger nog gewoond."

POPULARITEIT: Waarom hebben mensen op je gestemd?

"Ik denk dat mensen mijn ondernemerschap waarderen, doorgaan in moeilijke tijden."

PLAN: Wat kunnen we van je verwachten?

"Een nieuwe kaart, met veel meer 'vegan'. Ook ga ik ontbijt aanbieden. Omdat Maggie staat voor hip & happening, ga ik ook de avonden nog meer aankleden."

WIE: **ZWIEP VERMEULEN**
 WAT: **VERMEULEN GROEP**
 WINNAAR: **MKB XL**

PRIJS: Wat heeft de VOAWARD je gebracht?

"Redelijk veel publiciteit, positiviteit. (lachend:) En iedereen wilde gebak."

PASSIE: Wat doe je en waarom?

"We zijn dienstverlener in de grond-, weg- en waterbouw. Mijn passie is zorgen voor werkgelegenheid en werken aan duurzaamheid en innovatie."

PLEK: Waar zit je en waarom?

"Midden in het Groene Hart, in Hazerswoude-Dorp, centraal gelegen met veel ruimte. Vanaf die plek doen we veel groenwerkzaamheden, ook voor de gemeente Alphen aan den Rijn."

POPULARITEIT: Waarom hebben mensen op je gestemd?

"Ik denk uit sympathie en uit waardering. We hebben veel bekendheid gekregen door de brand op ons bedrijf, in februari vorig jaar. Ook zijn we actief met Groene Hart waterstof. Vanuit de Vermeulen Groep ben ik wel zichtbaar, ook bij de VOA."

PLAN: Wat kunnen we van je verwachten?

"Heel veel innovatie en duurzaamheid. We zijn bezig met slimme data, bijvoorbeeld door sensoren in de wegen voor beter wegonderhoud. En ik heb de ambitie om met ons bedrijf 'beste werkgever' te worden."



#Shetoo

DE VROUWELIJKE ONDERNEMER: IS ZIJ ECHT ZO ANDERS DAN HAAR MANNELIJKE EVENKNIE? GEBUTST DOOR HET GLAZEN PLAFOND, GESNEUVELD AAN HET THUISFRONT OF GEMANGELD DOOR MORES DIE DE HARE NIET ZIJN? OF VINDT ZIJ EVENGOED HAAR WEG DOOR HET MIJNENVELD VAN ONDERNEMERSCHAP, NIET GEHINDERD DOOR EEN GEBREK AAN BALLEN? IN DE RUBRIEK #SHETOO GEVEN VROUWELIJKE ONDERNEMERS HUN KIJK OP ZAKEN.

TEKST: ESTHER DANIËLS, FOTOGRAFIE: MARIUS ROOS.

Naam: **Bianca Mookhoek**
Bedrijf: **The Home Factory**
Bouwjaar: **1967**
Gek op: **Labradoodle Mokka, gezelligheid, gamba's en mooie spullen**

Ze heeft overal gewoond en was nergens thuis. Bianca Mookhoek maakte in haar leven maar liefst vijfendertig verhuizingen mee. Het eeuwige gevoel van onrust dat daarmee gepaard ging, is bepalend geweest voor haar carrière als ondernemer. Met The Home Factory bedenkt en realiseert zij interieurontwerpen die de persoonlijkheid en de leefstijl van haar opdrachtgever uitdragen. Met een team dat louter uit vrouwen bestaat, creëert Bianca voor haar zakelijke en particuliere klanten het thuisgevoel dat zij zelf lange tijd ontbeerde: “Waar bekende ontwerpers juist gevraagd worden om hun herkenbare stijl, kruipen wij iedere keer in de huid van onze klanten. We creëren steeds iets wat er nog niet is, en die creativiteit verveelt nooit.”

Vechtersmentaliteit

Als kind verkaste Bianca vaker dan haar lief was: “Mijn moeder pakte soms niet eens meer de dozen uit, omdat een volgende verhuizing zich dan alweer aandiende. Daardoor was er voor mij nooit de rust en de ruimte om ergens te aarden. Toen ik zestien was, overleed mijn vader ook nog eens heel plotseling. Vanuit België verhuisden we terug naar Nederland; mijn moeder ontredde en ik ontheemd, zonder huis of haard. Ik ging niet meer naar school en vond werk in een modewinkel. Daar werkte ik mezelf op van verkoopster tot bedrijfsleidster en vervolgens werd ik aangetrokken om een nieuw merk op te zetten. In het familiebedrijf waar ik daarna terechtkwam, kreeg ik de kans om een opleiding tot etaleur te volgen. Zo rolde ik de creativiteit in. In mijn jeugd was er weinig aandacht voor een vervolgopleiding, maar dankzij die beginjaren ben ik wel behept met een vechtersmentaliteit. Er was niks, dus wat ik wilde bereiken, moest ik zelf opbouwen.”

Knellend keurslijf

Bianca belandde in de keukenbranche, en binnen een week verkocht zij haar eerste maatwerk keuken: “Dat ging puur op creativiteit. Ik vond het heerlijk om mee te denken met de klant en buiten de gebaande paden te treden. Soms belde een »



A woman with blonde hair and glasses stands with her arms crossed in front of a brick building under construction. She is wearing a black dress with large blue and orange polka dots, black tights, and black peep-toe heels. To her left is a large green plant in a gold-colored, faceted vase. The ground is dirt and construction debris. The text 'VAN ELKE PLEK MAAK IK EEN THUIS' is overlaid in white, bold, sans-serif font.

**'VAN ELKE
PLEK
MAAK IK EEN
THUIS'**



HOE ZORGT U DAT UW PLEK OOK DE JUISTE BLIJFT?

Zit u nu op een prima stek, maar is uw pand wel toe aan onderhoud of een upgrade naar de eisen van deze tijd? Overweegt u om uit te breiden en/of te verduurzamen, maar weet u niet waar te beginnen?

Als **onafhankelijk bouwmanagementbureau** sparren we graag met ondernemers om alle mogelijkheden en kosten in kaart te brengen. En we selecteren vervolgens die partijen die het meest geschikt zijn om uw plannen te realiseren. De ervaring leert dat we onszelf voor u terugverdienen.

Neem contact met mij op voor een vrijblijvend adviesgesprek!



vCard

M: 06 – 15 00 12 20
E: l.goudkuil@gripopbouwen.nu
www.gripopbouwen.nu

GOUDKUIL
BOUWMANAGEMENT BV



LUDO GOUDKUIL

ZIT JIJ WEL OP DE JUISTE PLEK?



WIKIWORK
WERVING & SELECTIE

HET KETELHUIS

MEETINGS & EVENTS



www.ketelhuys.nl

Eikenlaan 18

2404BR Alphen aan den Rijn

0 (031) 6 33 836 823

welkom@ketelhuys.nl



leverancier om even te checken of ik echt wel die en die kleurencombinatie bedoelde, aangezien die nog nooit eerder was besteld. Ik heb er ongelooflijk veel gedaan en geleerd, volgde allerlei vakgerichte opleidingen en cursussen en rondde een studie binnenhuisarchitectuur af. Langzamerhand begon het keurslijf van commerciële targets en de afhankelijkheid van een bepaald merk echter te knellen. In 2010 zegde ik mijn baan op en begon ik voor mezelf.”

Samen opgebouwd

“In die begintijd liet ik me deels leiden door wat er op mijn pad kwam. Ik ontwikkelde een opleiding voor interieurstylisten, gaf les en hield lezingen, aanvankelijk met hartkloppingen in mijn keel. Die zichtbaarheid leverde me echter veel klanten op, omdat ze geloofden in de visie die ik neerzette. Met de ontwikkelaar van een nieuwbouwproject ging ik mee naar kopersgesprekken en we verkochten alle vijftientig keer een interieur. Let wel: ieder kruisje en lijntje zette je toen nog met de hand en ik werkte nachtenlang aan de uitwerking van de bouwtekeningen. Gelukkig kwam in 2013 Charlotte erbij, eerst als stagiair en later als allround stylist. We hebben The Home Factory echt samen opgebouwd. Dat ging stapje voor stapje, want ik vond het doodeng om iemand aan te nemen. Waar ik meer een ondernemer ben die in haar enthousiasme overal

kansen ziet, is Charlotte degene die mijn chaotische gedachten op een rijtje zet. Zij is heel precies en gestructureerd en die combinatie is de basis geweest voor onze groei.”

Geen baas

“Inmiddels is ons team zeven vrouw sterk, en die meiden zijn allemaal erg goed in hun vak. Dat maakt het voor mij gemakkelijker om los te laten, al ben ik nog steeds bij ieder ontwerp betrokken. Ik voel me ook helemaal geen baas, we zijn gewoon collega's. Dat we een vrouwenteam zijn, beschouw ik als onze kracht. In mijn ervaring hebben vrouwen meer gevoel voor sfeer en detail, al zullen sommige mannen mij deze uitspraak niet in dank afnemen. In ons vak is inlevingsvermogen cruciaal, zodat je de smaak, de leefwijze en de omgeving van een klant snel en goed kunt inschatten. En je moet ook pragmatisch zijn en inspelen op onvoorziene omstandigheden. Allemaal eigenschappen die vrouwen ruimschoots in huis hebben. Of ik ook nadelen zie? Nou, soms komen we iets tekort in de technische details, maar inmiddels hebben we zo'n stevig netwerk van aannemers en partners om ons heen verzameld, dat er altijd iemand kan meekijken voor gespecialiseerd advies.”

Onderbuikgevoel

“Wat het alleen lastig maakt, is dat ik vooralsnog de enige ben die opdrachten

binnenhaalt. Zonder mij geen omzet, en die verantwoordelijkheid maakt dat ik nog steeds erg hard werk. Met die lange dagen heb ik het thuisfront vroeger misschien tekort gedaan, hoewel mijn kinderen zijn uitgegroeid tot mooie, zelfstandige mensen. Van nature handel ik vaak vanuit een onderbuikgevoel, maar onlangs heb ik een businesscoach ingeschakeld om ons businessmodel stevig neer te zetten. Dat heeft een groot verschil gemaakt. We maken nu duidelijke keuzes in de klanten die we wel en niet bedienen. Iemand die alleen advies wil over een nieuwe bank of een kleurtje op de muur, is bij ons niet aan het juiste adres. Wij helpen mensen die van hun woning echt iets heel moois willen maken en dat zelf niet kunnen. En dat hoeft echt niet altijd een enorm huis of een grote opdracht te zijn; het gaat om het unieke ontwerp en de hoogwaardige uitvoering.”

Illustere namen

The Home Factory stond begin dit jaar ineens internationaal in de belangstelling toen één van hun projecten werd bekroond met de International Property Design Award. “Eerst dachten we nog dat we in de maling werden genomen. De eisen lagen zo hoog en Nederlandse ontwerpers die de prijs eerder in de wacht sleepten, waren allemaal illustere namen. Natuurlijk zijn we trots dat een wereldwijde jury ons project uitverkoos. Het betrof een metamorfose van een oude, monumentale fabriek in Utrecht, en dat die het won van de bling-bling-inzendingen uit Dubai is een echte opsteker. We blijven toch ambitieus. We willen ons bijvoorbeeld meer richten op de realisatie en we zijn bezig met het ontwerp van een eigen maatwerkcollectie, zodat we onze activiteiten deels loskoppelen van onze ureninzet. We zijn trouwens ook op zoek naar een nieuw pand. Geen meubelboulevard, maar een locatie waar we beleving willen creëren, de grenzen van het interieur willen verleggen. Je ziet het: de onrust in mij is nog niet bedaard, maar tegenwoordig weet ik die wel aan te wenden voor het succes van ons bedrijf!”

www.thehomefactory.nl

Dilemma

ONDERNEMEN IS OOK KEUZES MAKEN. SOMMIGE KEUZES ZIJN LOGISCH, VAN ANDERE ZIJN DE CONSEQUENTIES SOMS NIET TE OVERZIEN.

Bedrijfspand kopen of huren?

Als ondernemer zal je wellicht ooit voor de keuze staan: koop of huur je een bedrijfspand? Bedrijfsmakelaar Stefan de Jong (JansenDeJong) vertelt welke afwegingen je zou moeten maken. En ondernemer Mark van der Vlugt (Tattooland) vertelt welke afwegingen hij zelf nam toen hij na jaren huren besloot te kopen.

TEKST: MANON LOUWERS, BEELD: NICK VAN DER ZWAN.



et dilemma – kopen of huren – krijgt Stefan de Jong geregeld voorgeschoteld. Sinds 2004 is hij bedrijfsmakelaar in

Alphen aan den Rijn en er is volgens hem dan ook geen Alphense pand dat hij niet kent. Ook veel Alphense ondernemers kent hij. “Ze weten me te vinden, als ze voor die keuze staan.” Zijn antwoord verschilt per ondernemer. Voor beide opties is iets te zeggen. “Kopen is een investering, huren maakt je flexibeler.” Dat is de bottom line van het advies van Stefan.

Een huurcontract wordt steeds met een vooraf bepaalde periode verlengd, waarbij meestal een opzegtermijn van vier tot zes maanden geldt. Bij een pand dat je koopt is het nog maar de vraag hoe snel je eruit

kan. “Momenteel is het vrij makkelijk om je pand te verkopen, maar of dat ook op termijn geldt, is de vraag. Als je nu voor het dilemma staat, zou ik er dus niet vanuit gaan dat je je bedrijfspand in de toekomst makkelijk kunt verkopen.”

Lastminutebeslissing

Flexibiliteit is volgens Stefan voor veel ondernemers een welkom voordeel van huren. “Meestal is een nieuw bedrijfspand acuut nodig. Dat zie je vooral bij mkb-ondernemers die in relatief kleine bedrijfspanden – kleiner dan honderd vierkante meter – gevestigd zijn. Ze nemen twee nieuwe medewerkers aan, en het pand is vol. Het liefst hebben ze binnen enkele weken de sleutel van het nieuwe pand.” Stefan verbaast zich er weleens over. “Het zou lonen om iets verder vooruit te kijken.”

**“Kopen is
nooit helemaal
zonder risico’s”**

Voor wie dat lastig is, bijvoorbeeld als je niet goed weet welke kant het met je bedrijf op gaat, is huren dus interessant. “Starters zou ik bijvoorbeeld niet adviseren om te kopen. Stel dat je bedrijf toch niet goed loopt, dan kan je het huurcontract zo opzeggen. En als je bedrijf juist beter loopt dan verwacht en je groeit snel, dan kun je makkelijker verhuizen naar een groter pand. Bovendien moet kopen ook maar net kunnen, omdat je eigen kapitaal nodig hebt om een bedrijfspand te kopen.

En meestal moet je drie jaarcijfers kunnen overhandigen om een hypotheek te kunnen afsluiten. Iemand die net begint, kan dat niet.” Ook bedrijven die snel groeien kunnen beter huren. “Vaak is het lastig inschatten hoe snel de groei verloopt. En je koopt ook geen pand dat groter is dan je nu nodig hebt.”

Kopen ondanks groei

Tattooland levert gebruiks- en verbruiksartikelen aan tattooshops en is een bedrijf dat snel groeit. Oprichter Mark van der Vlugt begon in een gehuurd keldertje in Utrecht en verhuisde achtereenvolgens naar Alphen aan den Rijn en Ter Aar. De reden? Groei. Sinds de oprichting in 2004 verdubbelt de omzet elke drie jaar. Desondanks besloot Mark in 2019 een pand te kopen. “Onze voorraad vormt ons bestaansrecht. Toen ik begon waren er geen webshops en was een 24-uurslevering nog niet de norm. Tattooshops moesten soms zes weken op hun bestelling wachten. Daar zag ik een kans.” Mark

introduceerde de 24-uurslevering, maar dat betekende wel dat hij een grote voorraad nodig had. En dus een groot magazijn. “Ruimte is altijd belangrijk geweest. Ik wist nooit precies hoe snel ik weer een groter pand nodig zou hebben. Of hoe groot dat pand dan moest zijn.”

Dus huurde Mark. Tot hij na vijftien jaar besloot te kopen. Het pand in Ter Aar was met zijn achthonderd vierkante meter niet groot genoeg meer voor de grote voorraad en de vele vrachtwagens die bij Tattooland kwamen laden en lossen. “De ligging was minder gunstig en ook om het pand heen was niet genoeg ruimte voor al dat transport”, verklaart Mark. “Natuurlijk heb ik nog overwogen te huren. Maar ik was financieel sterk genoeg om te kopen. Geld op de bank levert niets op. Dus ik heb een rekensom gemaakt, daar twintig procent bij opgeteld – verbouwen valt altijd tegen – en toen was de keuze snel gemaakt.”

“Het is lastig inschatten hoe snel de groei verloopt”

Hogere stellingen

Mensen verklaarden hem voor gek dat hij zo’n duur pand kocht. “Ondernemersbloed kruipt waar het niet gaan kan. Het is gewoon móoi om een eigen pand te hebben en daarvan te maken wat je wil. Bij een eigen pand voel je meer dan bij iets wat je huurt.” Tot nog toe lijkt het geen onverstandige keuze; door de veranderende markt is het pand op de Molenwetering (vijftienhonderd vierkante meter) binnen drie jaar al flink in waarde gestegen. »

Mark van der Vlugt



Mark geeft een rondleiding. Het magazijn staat vol; weinig lege plekken te ontdekken. Ook de komende tijd zal het bedrijf groeien met zo'n 25 tot 30 procent per jaar. "We hebben nog wat speling, want de stellingen kunnen we verhogen waardoor we flink meer kwijt kunnen", zegt hij. Dat neemt niet weg dat Mark en zijn collega's de bevoorradings anders moeten organiseren. "De omloopsnelheid moet hoger. De voorraad die binnenkomt, moet eigenlijk al verkocht zijn." Hoelang kan hij in dit pand blijven? Een collega hoort de vraag en lacht. "Een jaar", zegt hij. Mark grijnst; tien moet wel lukken, maar dat vraagt om wat procesmatige veranderingen.

Meer duidelijkheid

Het is duidelijk: kopen is een investering in je bedrijf. Bovendien is de rente die je voor een kooppand betaalt vaak goedkoper dan de maandelijkse kosten voor een huurpand. Mark: "Verhuurders willen een rendement van zeven tot acht procent. Ik betaal nog geen zes procent rente." Bovendien heb je als eigenaar duidelijkheid over de toekomst en niet te maken met een verhuurder en aflopende contracten of veranderende voorwaarden die daarmee gepaard kunnen gaan. Kortom: je kan doen en laten met je het pand wat je wil – zoals verbouwen – en je hebt veel controle.

Stefan: "Deze voordelen wegen op tegen de nadelen, als je bedrijf al langere tijd stabiel is." Je bedrijf groeit dus niet – tja, Tattooland is een uitzondering op de regel – en je verwacht geen verrassingen voor de toekomst. Maar: het moet wel kunnen. Want voor een hypotheek moet je meestal dertig tot veertig procent van het aankoopbedrag zelf inleggen. Koop je een pand van 800.000 euro, dan betekent dat dat je al gauw 300.000 euro klaar moet hebben liggen. "Zelfs als je dat hebt, is kopen nooit helemaal zonder risico's", zegt Stefan. Hij vertelt over een klant die besloot te kopen en vlak daarna een grote opdracht kon binnenhalen. Voor de investering die daarvoor nodig was, kon hij geen hypotheek afsluiten omdat door

Stefan de Jong

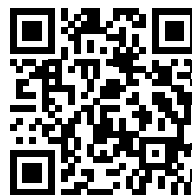


de aankoop van het pand de balans dusdanig was veranderd, dat de bank het als een te groot risico zag. "Zoiets kan je niet voorspellen."

Winkels en horeca

Dan zijn er nog de situaties waarin je weinig keus hebt, zoals winkeliers of horecaondernemers die een pand in het centrum zoeken. "Daar wordt weinig te koop aangeboden en komt het al gauw op huren aan. Zzp'ers die een klein pand – bijvoorbeeld op een bedrijventerrein – zoeken, zullen het doorgaans ook met een huurpand moeten doen. "De markt in bedrijfspanden komt aardig overeen met de huizenmarkt; er wordt weinig goeds te koop aangeboden en de prijzen liggen dan ook hoog. Wil je je bedrijfspand nu verkopen? Dan is het daar dus een goede tijd voor. Maar houd er wel rekening mee, dat het lastig kan zijn om een ander pand terug te kopen." ◀

"Geld op de bank levert niets op, dus de keuze was snel gemaakt"



Scan de QR code en neem een kijkje bij Tattooland.

Sterk in Matches helpt bij invullen vacatures, ook tijdens krapte op arbeidsmarkt

Twee Alphense ondernemers, Arjan de Gast en Dennis Bergers, begeven zich al enige tijd op het speelveld van online recruitment / job marketing. Arjan de Gast geeft aan: "Dit is personeel werven op een goedkope en moderne manier. Job marketing gaat via social media, waaronder Facebook, Instagram en LinkedIn. Maar ook via Google advertising helpen wij bedrijven aan de juiste kandidaten. Dit doen we altijd in combinatie met een Recruitment Specialist die op zoek gaat naar kandidaten in vele grote databases. Het is niet duur, modern en heel effectief."



Employer branding

Werknemers hechten veel waarde aan het imago van hun werkgever, zo ook bij Sterk in Matches. Bovendien zorgt een sterk werkgeversmerk voor een algemeen beter imago van een organisatie. Door employer branding goed in te zetten weten potentiële werknemers in wat voor een bedrijfscultuur ze terecht komen. Ben je aantrekkelijk als werkgever dan vertelt zich dat ook door. Employer branding werkt namelijk twee kanten op. Het bevordert niet alleen het aantrekken van nieuwe medewerkers, maar ook het behouden van je huidige medewerkers. Want een sterk werkgeversmerk zorgt voor ambassadeurschap onder je werknemers, die op hun beurt graag nieuwe werknemers willen werven. Arjan de Gast: "Mede om die reden zijn we verhuisd

naar een nieuwe locatie. De huidige locatie was te klein en voldeed niet meer aan hetgeen wij willen uitstralen als bedrijf. Een nieuwe locatie is de volgende stap met Sterk in Matches."

Kansen

Dennis Bergers: "Juist nu er krapte op de arbeidsmarkt is, zien wij kansen.

Juist nu kunnen we bedrijven helpen aan personeel, door op een moderne en voordelige manier kandidaten te werven. Als de kandidaat niet naar de vacature komt, dan brengen wij de vacature naar de kandidaat."

Bij Sterk in Matches krijgt het bedrijf niet te maken met hoge werving- en selectieffees. De klant betaalt per campagne in plaats van per aangenomen kandidaat. De online content plaatst Sterk in Matches onder de

bedrijfsnaam. Alle naamsbekendheid die via online recruitment onder potentiële nieuwe medewerkers wordt bereikt, is dus voor het bedrijf. Een mooi zijeffect hiervan is dat het bedrijf zich kan positioneren als een aantrekkelijke werkgever en continu zichtbaar is bij de ideale doelgroep. ☞

Wilt u aan de slag gaan met online recruitment / job marketing via Sterk in Matches? Sterk in Matches gaat het gesprek graag aan met bedrijven die op zoek zijn naar personeel. Meer informatie over deze dienstverlening is te vinden op: sterkinmatches.nl/diensten/online-recruitment/

Urban Professionals in de polder

Sinds 2007 waren zij gevestigd in een kantoorpand op een industrieterrein. Mettertijd ervaarde Blue Bricks oprichter Ronald van Steennis hier steeds meer moeite om een hoog energieniveau vast te houden. Daarom wilde hij een werkomgeving creëren waar hij zichzelf en z'n team met consultants juist kon opladen en inspireren. Een plek die voor creativiteit zou zorgen. Die vond hij in en rondom een oude boerderij, ergens tussen Zwammerdam en Alphen aan den Rijn.

MARCO BEENTJES, FOTO'S: REMCO VAN VONDELEN.



et zou zomaar een format kunnen zijn voor een nieuw televisieprogramma: drop een groep hoogopgeleide jongprofes-

sionals met maatpakken, nette schoenen en pumps in de polderklei, en dan kijken wat er gebeurt. Dat wordt vast lachen! De praktijk blijkt echter minder hilarisch, want hier is serieus onderzoek naar gedaan. Wat blijkt: Bomen, struiken en waterpartijen scheppen de beste voorwaarden voor mensen om optimaal te presteren. Wanneer je je creativiteit wilt verhogen, jezelf opladen en inspireren dien je als professional dus op zoek te gaan naar het 'groen en blauw' op de kaart. Of op het beeldscherm van je

navigatiesysteem in je elektrische leasebak natuurlijk.

We spreken Marcel Vilain, mede-eigenaar en onderdeel van het directieteam van Blue Bricks. Hij kwam in 2017 bij het bedrijf, een jaar nadat de boerderij en de grond eromheen waren aangekocht. "Hier aankomen ervaar ik steeds weer als een cadeautje", lacht hij. "Zodra je de oprijlaan insteekt hoor je de vogels fluiten en de bijen zoemen. Het heeft gewoon iets."

Vergaderen in een tipi of boomhut

En daar heeft hij een punt, want onze ervaring is van soortgelijke aard. Deze bijzondere werklocatie geeft het gevoel van middenin de natuur zijn. Buiten is

er gelegenheid om in het zonnetje of overdekt te werken, er is een verwarmde vergadertipi en een brainstormschommel. Wie een balletje wil slaan kan gebruiken van de padelbaan achterop het erf. Er worden volop nieuwe bomen gepland en in één van de bestaande bomen is een boomhutwerkplek in voorbereiding. In de werkboerderij oogt alles strak en zakelijk, maar toch voelt alles huiselijk aan. Er is een cardiofitnessfaciliteit en een snooze stoel voor een klein powernapje. Allemaal keuzes die in het teken staan van het welbevinden van de mens. De gehele locatie wordt vanuit hetzelfde principe steeds verder doorontwikkeld.

"De medewerker staat bij ons op de eerste plek", verklaart Marcel de keuzes. "Wij



Marcel Vilain (rechts): “Medewerkers de juiste faciliteiten bieden kan in deze omgeving optimaal.”

houden ons bezig met projecten die veranderingen teweeg brengen bij opdrachtgevers, onder andere op het gebied van IT. Onze mensen werken bij de klant, vanuit huis of vanaf deze locatie. Hier doen we ook veel aan persoonlijke ontwikkeling. Er is bijvoorbeeld een all-you-can-learn programma, waarmee je jezelf op allerlei vlakken kunt bekwamen. Vakinhoudelijke trainingen, leiderschapstrainingen, maar je kunt ook lifestyletrainingen en padel-les krijgen. Sommige zijn samen met de partner te volgen.

Kortom: we willen medewerkers de juiste faciliteiten bieden, wat ons als werkgever aantrekkelijk maakt. Dat kan in deze omgeving optimaal.”

Nieuw plan: de groene campus

Dat al dat welbevinden het werk ten goede komt blijkt wel uit de groei van Blue Bricks. Sinds de komst naar de Steekterweg groeide het bedrijf van 30 naar 90 mensen. De verwachting luidt dat zij later dit jaar met 100 medewerkers het 15-jarig bestaan kunnen vieren. Met die »

**“Blue Bricks
zet de
medewerker
met stip op
één”**



mijlpaal in zicht is inmiddels echter ook een andere route ingezet, parallel aan de bestaande bedrijfsactiviteiten: het idee om het concept van een ‘groene campus’ ook voor andere bedrijven toegankelijk te maken. “Ja, dat is het grote plan”, knikt Marcel bevestigend. “We hebben in 2021 de grond

gekocht die zich achter ons terrein bevindt, een kale vlakte waar één keer per jaar mais op stond. Die vlakte wil Blue Bricks ontwikkelen tot eenzelfde innovatieve werkomgeving. Hier kunnen zich ook andere bedrijven vestigen, zodat zij kunnen delen in onze ervaring.” De onder-

nemer ziet het al helemaal voor zich: “Het wordt een innovatieve, groene kantoortuin in de meest letterlijke vorm: kleine, stijlvolle kantoren middenin de natuur. 4,5 ha grond die voor 80 procent bestaat uit bomen, struiken en water. Diverse bedrijven hebben al aangegeven zich hier graag te willen vestigen.”



De groene campus ingetekend.

Samen werken in het groen
Momenteel buigt de gemeente zich over het idee, waarbij overwegend positieve geluiden weerklinken. Eerst is het zaak dat de overheden de juiste voorwaarden scheppen waarmee het plan werkelijkheid kan worden. Hoe dit project dan verder zakelijk vorm zal krijgen is nog onbekend. Marcel: “Een dergelijke ontwikkeling is voor ons geen core business. Natuurlijk zorgen we hiermee voor een mogelijkheid om vrijkomende landbouwgrond in deze omgeving op een goede manier te herontwikkelen. Maar eigenlijk vinden wij het gewoon plezierig om onze filosofie te delen met bedrijven en ook voor hen de ideale uitgangspunten te scheppen voor succes. Wat is er nu leuker dan je gedachtegoed verspreiden? Ik vind het een feestje!” ☞



STEFAN DE JONG IS MAKELAAR EN TAXATEUR BIJ JANSSENDEJONG, SPECIALISTEN IN BEDRIJFSMATIG ONROEREND GOED.

DE JUISTE PLEK

Wat is de juiste plek nou eigenlijk? Die vraag stellen ondernemers zich vaak wanneer er een keuze gemaakt moet worden voor een bedrijfspand. Het antwoord hangt natuurlijk in eerste instantie af van wat je doelgroep is en wat je met die plek wilt bereiken. Voor een lokale winkelier of een horeca-ondernemer is de exacte locatie veel belangrijker dan voor een logistieke dienstverlener die zich 'ergens' in de Randstad wil vestigen.

Wat wij wel zien is dat Alphen aan den Rijn vooral wordt gekozen door bedrijven wanneer men heel centraal in de Randstad wil zitten. De omliggende grote steden zijn binnen 30 minuten te bereiken en wanneer er bijvoorbeeld locaties worden samengevoegd is Alphen aan den Rijn als vestigingsplaats heel aantrekkelijk. De bereikbaarheid met de auto en het openbaar vervoer is daarbij erg belangrijk.

“Er vindt continu een afweging van belangen plaats. Wat is maatschappelijk juist en waar is behoefte aan?”

De juiste plek kiezen als winkelier of horeca-ondernemer in Alphen aan den Rijn hangt ook vooral af van de voorwaarden en condities die hij kan uitzonderhandelen met een pandeigenaar. Wij zijn betrokken bij de verhuur en beheer van het Rijnplein en daar hebben wij in korte tijd de leegstand ingevuld door ons in te leven in de winkelier en flexibel mee te denken. Als lokale partij kunnen wij dat en het Rijnplein is nu volledig ingevuld. Dat betekent ook voor de bestaande winkeliers dat hun plek beter is geworden en dat het centrum van Alphen aan den Rijn aantrekkelijk blijft voor iedereen.

Wat is in Alphen aan den Rijn nu de juiste plek voor een kantoor? De kantorenmarkt in Alphen aan den Rijn kenmerkt zich als vervangingsmarkt en dat betekent dat, enkele uitzonderingen daargelaten, er voornamelijk kantoorommutaties zijn binnen de gemeentegrenzen. Een andere ontwikkeling die wij zien is dat kantoorgebouwen worden omgebouwd tot woningen, zoals bijvoorbeeld gaat gebeuren op de Prinses Margrietlaan 3. Hier zal Woonforte 131 appartementen realiseren ten behoeve van starters en jongeren. Aan de Dr. Sacharovlaan 2 stond een mooi gerenoveerd kantoorgebouw, dat inmiddels is gesloopt ten behoeve van de realisatie van 191 nieuwbouwappartementen. Deze locaties zijn goed gesitueerd ten opzichte van openbaar vervoer en uitvalswegen. Dit betekent dat de juiste plek voor een kantoor plaats maakt voor wonen. Zo is er continu een belangenafweging wat maatschappelijk juist is en waar behoefte aan is. De juiste plek voor een kantoor moet nu weer opnieuw gevonden worden! «

“Als er maar goede koffie is”

DE PLEK? ONBELANGRIJK.

*Wat je branche ook is en waar je ook gevestigd bent;
zonder koffie ben je nergens. Het is een van de eerste (fysieke)
dingen waarmee je klant en medewerker in aanraking komt.
Dus je koffie kan maar beter goed zijn...*



Je komt binnen bij een bedrijf waarmee je overweegt zaken te doen. De receptionist noteert netjes je naam, vraagt je plaats te nemen in de keurige lounge en vertelt dat je afspraak je zo komt halen. Of je zin hebt in koffie. Ja, je snakt ernaar. Ze gaat het voor je regelen. Voordat je een slok neemt ruik je het al: hier hebben ze niet geïnvesteerd in goede koffie. Wat is je indruk?

Visitekaartje van je bedrijf

“Waarschijnlijk niet zo best”, zegt Laurens Kaashoek van Fortune Coffee. “De koffiekwaliteit resoneert totaal niet met de rest van de uitstraling. Bij een net en goed georganiseerd bedrijf verwacht je een goede kwaliteit koffie.” Het is het visitekaartje van je bedrijf; het zorgt voor de eerste indruk. “Maar koffie zorgt er ook voor dat klanten en medewerkers zich welkom voelen”, zegt Laurens. “Een sollicitant die zenuwachtig binnenkomt, kan even tot zichzelf komen met een kopje koffie voordat hij het gesprek in gaat. Een collega die net in alle hectiek de kinderen naar school heeft gebracht, krijgt weer moed voor de nieuwe dag dankzij een rustig moment met een kop koffie. En koffie kan de ijsbreker zijn tijdens een new business gesprek. Kortom: onderschat het belang niet.”

Betere werksfeer

77 procent van de werknemers in Nederland drinkt minstens één kop koffie op een dag. “In een productiebedrijf waar hard met de handen wordt gewerkt hebben medewerkers om half tien een enorme behoefte aan



Laurens Kaashoek

ongeveer tien procent lager risico op hartziekten en een beroerte. Daarnaast is er sterk bewijs dat het drinken van vijf koppen koffie per dag samenhangt met een dertig procent(!) lager risico op diabetes type 2. Het maakt daarbij niet uit of je koffie met of zonder cafeïne drinkt.

Ook niet onbelangrijk: koffie maakt je medewerkers productiever. Dit geldt wél alleen voor koffie met cafeïne. Cafeïne zorgt er namelijk voor dat adenosine (een stof die je moe maakt) zich tijdelijk niet aan je brein kan hechten. Je voelt je dus minder moe en kunt meer werk verzetten. Leuk weetje: je kan je kop koffie het beste tussen tien en twaalf uur 's ochtends en twee en vijf uur 's middags drinken. Dan is je niveau cortisol – een hormoon dat er uit zichzelf voor zorgt dat je je wakker voelt – het laagst. Koffie kan op die momenten het lage cortisolniveau compenseren.

Wat is goede koffie?

“Slechte koffie heeft veel vaker iets te maken met de afstelling van de machine, dan met de kwaliteit van die machine of de kwaliteit van de bonen”, vertelt Laurens. Volgens hem is het vele malen belangrijker dat de temperatuur goed is en dat er een juiste dosering koffie(bonen) wordt gebruikt. “Dat doet ontzettend veel met de smaak. Daarom krijgen onze medewerkers allemaal een baristacursus van een van de beste barista's van Nederland. Ze leren onze machines op de juiste manier af te stellen. Je hoeft zeker niet de allerduurste machine of bonen aan te schaffen om écht goede koffie aan je medewerkers en klanten te kunnen bieden”, aldus Laurens. ☞

“Koffie werkt verbindend en breekt het gesprek open”

koffie; er is dan echt een koffiemoment. Bij een luxer kantoor is de context vaak iets anders. Tussen de werkzaamheden door of tijdens een afspraak wordt een kop koffie erbij gepakt. Voor beide geldt; koffie werkt verbindend en breekt een gesprek open. Het is een moment van reflectie, waarop over andere dingen dan het werk wordt gesproken. Goede koffie faciliteert dat gesprek.”

Koffie: onmisbaar voor de werkplek

Koffie heeft ook voordelen voor de gezondheid en productiviteit van je medewerkers. Het voorziet het lichaam van vocht, maar het voorkomt ook allerlei ziektes. Zo stelt het Voedingscentrum dat het drinken van twee tot vier koppen per dag, samenhangt met een

Fortune Coffee
Telefoon: 0172 404207
www.fortune.nl

Precies de juiste plek

Hét fietsknooppunt van het Groene Hart

Alphen aan den Rijn wordt hét fietsknooppunt van het Groene Hart. Tenminste, als het aan Alphen Marketing en PReT ligt. Volgens Koosje de Koeijer, voorzitter van PReT (Platform Recreatie en Toerisme Alphen aan den Rijn), ligt Alphen precies op de juiste plek. “Als je kijkt naar de loop van de Rijn, zijn we van oudsher al een écht knooppunt”. Dan Ligtvoet, voorzitter Alphen Marketing, ziet de fiets op termijn als serieus alternatief voor de auto. “Door fietssnelwegen ligt het werk straks steeds dichterbij.”



“Ik denk dat dat op termijn écht zo is”, gaat Dan verder. “We praten niet over morgen, maar er gaan nu al veel mensen op de fiets naar hun werk in Leiden. Naar Schiphol is nog een uitdaging, maar de aanleg van fietssnelwegen is in voorbereiding. Het is wel belangrijk om te zeggen dat we dat niet morgen al kunnen realiseren. Voor het zover is, zijn we zeker een aantal jaar verder, denken we. Maar de ambitie is er. Om echt hét fietsknooppunt van het Groene Hart te worden.”

Grote coalitie voor het fietsie

“Eén grote coalitie voor het fietsie, dat is waar we samen met PReT aan werken”, zegt Dan. “Om te beginnen is het de bedoeling dat de gemeente zich nadrukkelijk bij onze plannen aansluit. Samen met partners als VOA, EDDBA, de hele economische as. Want zonder die brede steun kan je aan het uitvoeringsprogramma geen gevolg geven.” Volgens Koosje heeft de gemeente al diverse initiatieven genomen. “Op het gebied van woon-werkverkeer en het verbeteren van de veiligheid op fietsroutes. Alleen, het werk ligt verspreid over verschillende afdelingen, wethouders, ambtenaren en directeurs. Van de gemeente verwachten we nu op de eerste plaats een enthousiaste onderschrijving van het idee. Plus een duidelijke

“Eén grote coalitie voor het fietsie”

coördinatie van hun kant, ook naar de provincie toe. Zo’n fietsbrug over het Aarkanaal bijvoorbeeld, is geen gemeentekwestie. Daar heb je de provincie bij nodig.” Volgens Dan is de fietsbrug akkoord. “Vanuit de gemeente is gezegd dat die er moet komen. Maar we beseffen wel dat de nieuwe coalitie opnieuw naar de begroting kijkt. De fietsbrug is een belangrijk onderdeel van de plannen. Maar er zijn meerdere zaken die maken dat je fietsknooppunt van het Groene Hart wordt. Besluitvorming daarover vindt op diverse plekken binnen de gemeente plaats. Daarom zie ik ook het liefst dat één wethouder dit plan binnen het college gaat trekken.”

Zuinig op groen

“Zonder groen word je natuurlijk nooit fietsknooppunt van het Groene Hart”, zegt Koosje. “Alle natuurgebieden en -gebiedjes die we hebben, moeten we verder ontwikkelen en behouden. Je moet er super-zuinig op zijn. We hebben nu een kleine vijfduizend hectare aan natuur en recreatie, inclusief het varen. Dat is minimaal wat je nodig hebt. En dat is ook wat jij steeds roept, Dan! Het ‘verdozen’ mag je niet toestaan en het groen dient juist gekoesterd te worden. Ook als de gemeente groeit, wil de bevolking kunnen recreëren. Hier, in het eigen gebied. Hoe mooi is dat op de fiets? Dat besef dienen gemeente én ondernemers te omarmen. Wat overigens wel cruciaal is, is dat onze groene gebieden door fietspaden met elkaar verbonden worden. En dat we met de gemeente bekijken welke gebieden nog uitgebreid kunnen worden.”

Fietsstad 2025

Dan vindt dat je op weg naar hét fietsknooppunt van het Groene Hart, een paar mijlpalen moet hebben, waarmee je publicitair aan de weg kunt timmeren. Die fietsbrug is er één van. “Maar we streven er ook naar om Alphen door de fietsersbond verkozen te krijgen tot Fietsstad 2025. Daar speelt die fietsbrug wel weer een belangrijke rol in. Het is bovendien belangrijk dat je de fietsinfrastructuur verbetert. Een voorbeeld? Tussen Langeraar en de N207 ligt een prachtig stuk weg met aan beide zijden rood asfalt, waardoor de rijbaan voor auto’s vrij smal is. Als automobilist word je visueel gedwongen om rustig te rijden en rekening met fietsers te houden. Zo’n aanpak vergroot de veiligheid enorm. Waar we nog meer aan denken? Parkeerplaatsen voor auto’s, waar je een fiets kunt huren. Of een fietsenstalling waar je je elektrische





Zwammerdam

fiets kunt opladen, bij een bushalte of toeristisch aantrekkelijke plek. Er staat er nu eentje vlakbij Wet 'n Wild.”

Knelpunten oplossen

Een ander knelpunt, dat al jarenlang speelt, is de verbinding tussen Vaardorp Rietveld en de aansluiting met het Rietveldse Pad. “Over een klein stukje land moet daarom een fietspad komen”, vertelt Koosje. “Dat maakt het scholieren een stuk makkelijker om naar school te komen, ze hoeven minder om te fietsen. Maar ook recreatief is het zeer aantrekkelijk. Je hebt de gemeente, provincie en omgeving nodig om dit op te lossen. En zo kunnen we er voor de komende jaren nog een paar benoemen.” Voor de invulling van die tijd is een compleet uitvoeringsprogramma nodig, zegt Dan. “Het is belangrijk om te beseffen dat dit traject meer dan één collegeperiode beslaat. In die tijd willen we bij iedereen tussen de oren krijgen dat Alphen voor fietsen staat. Die bewustwording heeft natuurlijk wel tijd nodig.”

Het gemak van fietsen

“Daarom wil ik in de gemeente overall bordjes laten plaatsen met de fietsafstand in minuten naar belangrijke of interessante plekken”, gaat Dan verder. “Want mensen pakken zo snel de auto. Ook binnen de gemeente. Laat Benthuisen wat verder liggen, dat is geloof ik iets meer dan een half uurtje fietsen, maar daarnaast is alles in de gemeente Alphen aan den Rijn met de fiets binnen dertig minuten bereikbaar. En binnen de stad Alphen zelfs binnen zes à acht

minuten. Dus laten we die bordjes plaatsen. Daarnaar toe zes minuten, en hiernaar toe acht. Zo laat je zien dat de fiets een goed alternatief is voor de auto. Ik kan me voorstellen dat dit idee door de gemeente omarmd wordt. Op de wat langere termijn kan het de vraag naar parkeerruimte doen afnemen. En als er minder auto's rijden heeft dat ook effect op de uitstoot van CO₂.”

Een rondje Rotte of Rotterdam

Koosje is dol op een rondje fietsen richting de Rotte. “Ik vind het echt een prachtige route die je kan rijden zonder ook maar één stoplicht tegen te komen. Of een rondje Boskoop – Reeuwijkse Plassen. Echt heel mooi. Voor mij moet het zoveel mogelijk groen en blauw zijn onderweg. Zonder stoplichten of veel huizen. Daar zoek ik m'n fietsroute ook echt op uit.” Ook Dan fietst regelmatig in de rondte. “Ik weet niet of ik alle fietsroutes van AlphenLinkt gereden heb, maar in al die richtingen zit ik regelmatig op de fiets. En ik fiets graag naar m'n broer in Rotterdam. Ik ben een toerfietser in hart en nieren.”

“Het groen dient juist gekoesterd te worden”





ALPHEN *THE PLACE TO BE?*

DAN LIGVOET IS VOORZITTER VAN DE STICHTING ALPHEN MARKETING.

De VOA heeft met “De juiste plek” een ogenschijnlijk veilig thema gekozen. Hier kan niemand zich aan vertillen. Of ‘juist’ wel? De juiste plek voor wie of wat eigenlijk? Een plek is een plaats waar ergens iets is of waar je kan zijn. Het begrip waaiert uiteen van een (pijnlijke) plek op je schouder tot een plaats waar je kan wonen: een plek onder de zon. De VOA zal wel bedoeld hebben: de juiste plek in Alphen.

Lastiger is het woord “juist”, een beetje een rotwoord eigenlijk. Het is een woord dat je in de Engelse taal (“correct”) niet snel in zo’n thema zal tegenkomen. Engelsen zouden zeggen: *the place to be*. Er zijn veel juiste plekken en maar één *place to be*. Dat is waarom marketeers zich zo graag van de Engelse taal bedienen.

Marketing wordt aangeprezen als een soort wetenschap, maar het is in feite een licht overschatte bezigheid. Vooruit, marketeers zijn goed in het maken van keuzes (niet het grootste talent van politici), maar daarna passen ze een handig kunstje

toe: ze selecteren uit de gemaakte keuzes één helder, aansprekend idee en blazen dat vervolgens helemaal op. En herhalen dat vervolgens jaren achtereen (dat kunnen politici ook goed).

Vergeet daarbij overigens niet dat je jezelf wel centraal stelt, anders verkoopt het niet. De slechtste pay-off die ooit voor onze stad is bedacht is “Alphen aan den Rijn, de hele randstad ligt er omheen”. Met die zin positioneerde Alphen zich als een soort *pothole* waar je maar beter van weg kon blijven. De Randstad, niet Alphen, was kennelijk de juiste plek.

Er moet dit jaar eindelijk een aantrekkelijk verhaal over Alphen komen, met een scherpe positionering als startpunt. Dat is altijd een hele uitdaging, want iedereen heeft zo zijn ideeën over wat Alphen de juiste plek maakt. Citymarketing bepaalt niet wát ons de juiste plek maakt, maar wel hoe je het verhaal vertelt én tussen de oren krijgt. Laten we daartoe alvast een paar keuzes maken, dan volgt het grote idee vanzelf.

*“Door ‘aan den Rijn’
te blijven
zeggen claimen
we onbedoeld
onze eigen
onbeduidendheid”*

1. We zeggen Alphen en niet Alphen aan den Rijn. Er zijn ons niet de minste steden voorgegaan, zoals Frankfurt (am Main, de toevoeging vind je in Wiki). Dat er nog twee dorpen met onze naam zijn is niet ons probleem. Door “aan den Rijn” te blijven zeggen claimen we onbedoeld onze eigen onbeduidendheid.
2. Alphen is een stad. Een kleine stad weliswaar, maar een stad. Een stad midden in de Randstad.
3. Alphen is *the place to be*. Als we dat niet zouden vinden, dan zouden we hier niet zijn. ☞

VOA bedankt!

Op 13 januari werden de VOAWARDS uitgereikt in Theater Castellum. In 5 categorieën werden uit totaal 15 genomineerde bedrijven in een spannende strijd winnaars gekozen. Het was een digitaal feestje, thuis te volgen via Studio Alphen of via de livestream met Gerard Ekdom als presentator. Wij bedanken VOA voor het organiseren van deze VOAWARDS 2022 en voor deze sprankelende avond!



Deze prijs is een geweldige steun voor startende ondernemers. Met dank aan mijn klanten, VOA en Alphen! Op naar nog veel moois!



Imogen Productions
.....

Wij waren blij verrast met de nominatie. Ondanks alle bedreigingen die er zijn in de wereld kijken wij toch vooral naar de kansen. Het is fijn dat andere ondernemers/cliënten dit ook zien!

van der Laan
GROEPSVERVOER

Slingerland
TAXI & BUSINESS VERVOER

van der Laan
Touringcar

Kilometervrij.nl
BUSVERHUUR

VAKGARAGE VAN DER LAAN

Het voelde als een warm bad om zoveel stemmen te ontvangen en om als winnaar uit de bus te komen, na een voor ons toch wel heel bijzonder jaar 2021.



De nominatie voor de VOAWARDS was een eer op zich, wij voelden ons een beetje buitenbeentje. Want officieel zijn wij een MKB bedrijf maar we voelen ons vooral een zorginstelling. Sinds onze opening in 2015 hebben wij een toenemende stroom patiënten uit Alphen en omstreken mogen verwelkomen en helpen. Wij hopen daar nog lang mee door te kunnen gaan.



VERMEULEN
GROEP

Kliniek
Alphen

NEDERLANDS
CENTRUM
PLASTISCHE
CHIRURGIE

Voor mij is het een grote eer om met Zin In Webdesign genomineerd te zijn voor de VOAWARDS voor zzp'ers. Goed om te ervaren dat mijn inspanningen gezien en gewaardeerd worden. Het is ook een mooie bekroning van 20 jaar zelfstandig ondernemerschap. Ik kijk terug op een gezellig 'avondje uit' in een bijzondere tijd vol regels en restricties. Goed gedaan VOA!

Zin in
WEBDESIGN





Op zoek naar de beste plek voor een heerlijk zakelijk diner of onvergetelijke lunch. Restaurant Proto is er voor jou op elk moment van de dag. Naast een smakvolle lunch of diner is Proto dé plek voor al jouw meetings & events. Wij zorgen voor een onvergetelijke bedrijfsborrel of vergadering voorzien van de verrukkelijkste gerechten en dranken. Heb je iets te vieren! Ook voor die extra speciale gelegenheid kun je bij ons terecht. Geef ons de kans ons uit te sloven!

TAPAS - BAR
PROTO
RESTAURANT
- EST. 2002 -

Wat waren we verrast toen er een paar dagen voor kerst aangebeld werd door leden van de VOA, die ons vertelden dat Zonneveld's Bakkerij genomineerd was voor de VOAWARDS. We moesten nog een week ons mond houden hierover omdat nog niet alle genomineerden op de hoogte waren gebracht. Na een week konden we het wereldkundig maken en wat een superleuke reacties hebben wij gekregen. Het was echt overweldigend. En toen kwam donderdag 13 jan. Het was leuk om met de 15 genomineerden bij elkaar te zijn in Castellum, en alles was tot in de puntjes goed georganiseerd. Helaas hebben we geen VOAWARD gewonnen, maar zo voelde het wel. Het was een Super-ervaring, we hadden het niet willen missen. Nogmaals de complimenten voor de organisatie.



MAGGIE X VOAWARDS!
Maggie heeft een aantal enerverende jaren achter de rug. 5 jaar geleden was de opening met een jaar later de overname door Martin en Selina. De afgelopen 2 jaar werden voornamelijk geleid door de corona lockdowns. Maggie staat te popelen om te laten zien wat ze in huis heeft en om dit jaar te mogen beginnen met het ontvangst van de VOAWARDS geeft een ontzettende boost. We zijn alle stemmers en VOA leden ontzettend dankbaar. Maggie gaat ervoor dit jaar en kijkt elke dag met een lach en trots gevoel naar de mooie AWARD die op de bar staat!!

Het was al heel bijzonder dat wij werden genomineerd in de categorie VOAWARDS MKB. Maar dat we ook nog eens ondernemer van het jaar MKB zouden worden is toch wel heel tof! Wij hebben heel veel leuke reacties mogen ontvangen. Een mooie avond om op terug te kijken. Trots op het SEO & SEA team wat wij in de afgelopen 5 jaar hebben neergezet!



Maggie Blue
BAR x KITCHEN

SEO & SEA
ONLINE MARKETING SOLUTIONS



IMOGEN PRODUCTIONS

06 46644761
www.imogenproductions.nl

VAN DER LAAN TOURINGCAR BV

0172 520043
www.vanderlaan.tours

VERMEULEN GROEP

079 3410539
www.vermeulengroep.com

ZIN IN WEBDESIGN

06 25460182
www.zininwebdesign.nl

KLINIEK ALPHEN NCP

0172 766041
www.ncpc.nl

PROTO RESTAURANT & TAPASBAR

0172 476566
www.proto.nl

SEO & SEA ONLINE MARKETING SOLUTIONS

0172 476 493 | 0618063533
www.seoseamarketing.nl

MAGGIE BLUE

0172 769087
www.maggieblue.nl

ZONNEVELD'S BAKKERIJ

0172 421810
www.zonneveldsbakkerij.nl

Stap voor stap je medewerkers gezond en gemotiveerd houden

VMD KOSTER: INVESTEREN IN DUURZAME INZETBAARHEID LOONT

Investeren in duurzame inzetbaarheid houdt medewerkers gezond, gemotiveerd en productief. Maar hoe organiseer je dit? Het begrip is zo veelomvattend, dat werkgevers vaak door de bomen het bos niet meer zien. Geen probleem, vinden de adviseurs van VMD Koster. “Accepteer als werkgever dat je niet in één keer alles goed kan doen. Maar weet ook dat iedere stap die je zet, heel veel kan helpen.” Directeur Herman Broere legt samen met zijn collega's uit welke rol VMD Koster hierbij kan spelen.

Personeel als belangrijkste krachtbron

Charlotte Stapper denkt als specialist inkomen en verzuim mee met HR-afdelingen en directies. “Personeel is de belangrijkste krachtbron van een organisatie. De uitdaging ligt niet alleen in het vinden van goed personeel, maar ook in het vasthouden van betrokken medewerkers. Wanneer medewerkers nu en in de toekomst toegevoegde waarde bieden én zelf meerwaarde ervaren, spreek je over duurzame inzetbaarheid.”

Ze vervolgt: “Uiteraard moet iedere organisatie de verplichtingen uit wet- en regelgeving navolgen. Zoals een contract met een arbodienst en het doorbetalen van loon bij ziekte. Maar in onze advisering kijken wij veel verder.”

Employer branding

Een paar voorbeelden: “Een verzuimprotocol passend bij de aard van het bedrijf kan het ziekteverzuim verlagen. Een vertrouwenspersoon en een gedragscode kunnen de cultuur in een organisatie verbeteren en de vitaliteit van medewerkers verhogen. Passende arbeidsvoorwaarden kunnen de interne mobiliteit en

ontwikkeling verhogen. Dit levert niet alleen een stijging in productiviteit en omzet op, maar draagt ook bij aan employer branding. En dat is in deze tijd, waarin veel bedrijven met personeelstekorten kampen, mooi meegenomen.”

Ziekteverzuim verlagen

Een andere reden waarom duurzame inzetbaarheid zo'n belangrijk thema is? Herman: “Ziekteverzuim! Voor veel bedrijven is verzuim een grote zorg. Een fulltime werknemer is gemiddeld tien werkdagen per jaar ziek. Vooral als het verzuim langer duurt, is de impact gigantisch. Je moet dan niet alleen kijken naar de kosten voor loondoorbetaling en re-integratie, maar ook naar de gemiste opdrachten, de hogere werkdruk voor de andere medewerkers en hogere faalkosten. De daadwerkelijke kosten bij ziekte overstijgen ruimschoots de loonkosten. Dat maakt de waarde van een preventief verzuimbeleid direct zichtbaar.”

Risicomanager Robbert-Paul Verkade vult aan: “Wanneer wij een verzuimscan maken, kijken we niet alleen naar de verplichtingen uit CAO's en het risico dat de ondernemer bereid is zelf te lopen. We kijken ook naar arbeidsovereenkomsten en interne afspraken. Aan de hand daarvan komen we met adviezen om het verzuim te verlagen. Wij zoeken dus naar een totaaloplossing. Daar hoort ook de RI&E bij, de Risico Inventarisatie & Evaluatie. Een goede RI&E brengt alle knelpunten in het bedrijf aan het licht.”

Werken met plezier tot aan het pensioen

Duurzame inzetbaarheid heeft ook veel raakvlakken met pensioenadvies. Pensioendeskundige Ron Rooyackers maakte met zijn team van Rooyackers & Partners dit



Robbert-Paul Verkade, Ron Rooyackers, Charlotte Stapper en Herman Broere van VMD Koster staan werkgevers graag bij met de duurzame inzetbaarheid van hun personeel.

jaar de overstap naar VMD Koster. Hij legt uit: “Voor veel oudere werknemers is de stijgende pensioenleeftijd een probleem. Er heerst een negatief gevoel over de hogere AOW-leeftijd. Goede pensioencommunicatie kan dit negatieve gevoel wegnemen.”

“Werkgevers willen natuurlijk dat medewerkers die de pensioenleeftijd naderen nog gezond en met plezier naar hun werk gaan. Ze kunnen dat bevorderen door duurzame inzetbaarheid te koppelen aan pensioencommunicatie. Bijvoorbeeld door mee te denken over een flexibele pensioenleeftijd, of over deeltijdpensioen. Individuele begeleiding of bijvoorbeeld een workshop kunnen medewerkers helpen om inzicht te krijgen in hun eigen situatie. Zo kunnen ze een concreet actieplan maken. Dat kan een hele verlichting zijn. De mindset van de oudere werknemer op het werk kan er enorm door veranderen.”

Gemotiveerd, gezond en productief

Door te investeren in duurzame inzetbaarheid kunnen werkenden gemotiveerd, gezond en productief blijven. Niet alleen op de korte termijn, maar tot de pensioengerechtigde leeftijd. Klinkt goed toch? Neem daarom eens contact op met Herman, Robbert-Paul, Charlotte of Ron om (opnieuw) kennis te maken. ☞

“Als ziekteverzuim langer duurt, is de impact voor een werkgever gigantisch”

VMD Koster verzekeringen
Baronie 60-66,
2404 XG Alphen aan den Rijn
Telefoon: 0172 611 116
info@vmdkoster.nl
www.vmdkoster.nl

Persoonlijk

WAT DOET EEN ONDERNEMER GRAAG ALS HIJ ZIJN LAPTOP HEEFT UITGESCHAKELD OF ZIJ HAAR HAKKEN HEEFT UITGESCHOPT?



WILBERT WERTHER

Wilbert Werther houdt van dingen die nét even anders dan anders zijn. Hij heeft graag auto's waar niemand anders in rijdt, wordt in restaurants graag verrast door bijzondere gerechten, en deinst er niet voor terug om in een kanariegeel pak op het podium te rocken. Hij is dan ook op zijn plek in de VOA-commissie Programmazaken, waar hij feestelijke events organiseert. Wilbert is meer dan dertig jaar directeur geweest van GBI van Beijeren, maar heeft sinds kort meer tijd vrijgemaakt voor zijn nieuwe project: het Ketelhuys op De Werf. Samen met zijn compagnon heeft hij dit oude industriële pand omgetoverd in een sfeervolle horecalocatie, die nu gehuurd kan worden voor allerlei bijeenkomsten. Lees meer over deze man met een tomeloze energie!

TEKST: SARA DE WAAL, FOTO (VAN WILBERT): MIRJAM VAN TRIEST.

PASPOORT

Volledige naam: Wilbert Werther

Geboortedatum: 28-9-1969

Geboorteplaats: Alphen aan den Rijn

Functie: Commercieel adviseur GBI Van Beijeren

Thuis: Wilbert woont met zijn vrouw en zoon (18)

Motto: Vriend!

SPORT

Boksen

“Vroeger voetbalde ik zelf veel, tot ik mijn kruisband eruit schopte. Daarna ben ik met boksen in aanraking gekomen, dat doe ik nu al vijftientig jaar, bij Boxing Club Alphen aan den Rijn. En dan niet alleen rammen op een zak, dat heeft voor mijn gevoel niks met boksen te maken. De spanning die je opbouwt door los boksen met elkaar, dát maakt bij mij het gelukstofje vrij. Niet dat we elkaar lens slaan hoor, daar heb ik ook geen zin meer in op mijn leeftijd. Een hele andere sport die ik ook leuk vind is golfen, al heb ik dat al een tijd niet meer gedaan. Ik wil het wel weer graag, maar je moet er tijd voor maken.”

ENERGIEBOOST

Optreden met No Harm

“Ik vind het ontzettend gaaf om op het podium te staan en mensen te vermaken. Al meer dan twintig jaar speel ik samen met mijn vrienden Mike, Johan en Martin in de rockband No Harm.

Oefenen doen we eigenlijk amper, zeg maar gerust nooit. Volgens Mike zouden we dan de nummers ‘kapot spelen’. Of dat waar is of dat hij gewoon niet wil repeteren weet ik niet, maar het is wel zo dat het daardoor altijd extra spannend is om te spelen. Dat draagt denk ik bij aan de magie. De interactie met het publiek en zien dat mensen genieten van de show geeft mij kippenvel, daar krijg ik enorm veel energie van!”



ONTSPANNEN

Varen naar een eigen eilandje

“Terwijl ik thuis altijd het gevoel heb dat ik van alles moet doen, kun je op een boot niks anders doen dan varen. Dat is echt een ontstressmoment, dus als het lekker weer is ga ik graag een rondje varen met mijn vrouw. Onze boot is een New Port Bass XL van Menken Maritiem in Ter Aar. Maar goed, op een gegeven moment hadden we alle rondjes wel zo’n beetje gehad. Toen kwamen we een eilandje tegen in de Westeinderplassen waarvan een deel te koop stond. Ik dacht: hé, dan heb ik een doel om naartoe te varen! Wij hebben nu het voorste deel van dat eilandje in ons bezit, en overnachten er geregeld. Er is geen stromend water of elektriciteit, maar op de boot hebben we alles, dus dat is geen probleem. Beetje zwemmen, beetje barbecueën, beetje aanrommelen: heerlijk.”



CONCERT

Skunk Anansie



“Als ik zelf naar een concert ga zie ik het liefst een lekker krachtige artiest uit de jaren negentig. Ik ben net vóór de coronacrisis nog bij Skunk Anansie geweest in Paradiso. Die griet is echt prettig gestoord, als ik haar hoor en zie leef ik helemaal op. Hetzelfde heb ik met Lenny Kravitz. Die treedt ook op met zoveel power en energie, heerlijk om daarbij te zijn. Grappig is dat ik, vóór we de band begonnen, helemaal niet luisterde naar sommige muziek die we nu zelf spelen.

Mike nam me een keer mee naar The Black Crowes, dat vond ik vroeger maar klereherrie. Maar, door zo’n concert komt het tot leven.”

KLEDING

Zwart met een knallend accent



“Ik vind het wel leuk om er op het podium een beetje anders dan anders uit te zien. In het begin van de band was mijn stijl vrij extra-vagant, ik vond het leuk om er als zanger uit te springen. Ik liet zelfs broeken en pakken maken in kanariegeel of knalblauw. Maar het jammere was dat ik vaak na een paar optredens alweer van puur enthousiasme uit zo’n broek scheurde, dus dat werd een beetje duur. Inmiddels is mijn stijl wat ingetogener, maar ik wil niet in

spijkerbroek en T-shirt in de spotlight staan, zoals je tegenwoordig artiesten ziet doen. Ik heb nu meestal alleen nog een felgekleurde stropdas, op een zwart overhemd. In Alphen ga ik voor overhemden naar Taste for Shirts, in de Van Boetzelaerstraat.”



ETEN

Saponi da Stefano

“Mijn vrouw kan heerlijk koken, maar we gaan ook graag uit eten. Hier in Alphen aan den Rijn gaan we meestal naar een van de Italianen: Saponi da Stefano, Is Morus en Osteria La Piazza vind ik allemaal lekker. Ik houd ook van wat meer aparte restaurants, zoals Plantage 87 in de Oude Wetering of Suzie’s & Van Aken in Oegstgeest. Bij Suzie’s koken ze bijvoorbeeld met Aziatische invloeden.”



AUTO

Morgan Aero

“Ik houd van auto’s waar je niemand anders in ziet rijden. Het hoeft niet een bepaald merk te zijn, als het maar mooi en apart is. Ik heb drie bijzondere auto’s thuis, waaronder een Morgan Aero 8, een Chevrolet cabrio pick-up, en een Ford F250 uit 1969, zo’n grote Amerikaanse pick-up. Ik rijd er niet veel in, ik vind het gewoon leuk om ze te hebben. Al gaan we er natuurlijk op zondagochtend wel eens mee op pad om ergens een bakje koffie te drinken!”

VOETBALCLUB

Feyenoord

“Mijn vader is in 2014 overleden, na acht jaar vechten tegen longemfyseem. Feyenoord was een passie die we samen deelden. Als jong ventje van een jaar of zes nam hij me mee naar het stadion, en toen was ik meteen



verkocht. En nog steeds: elke thuiswedstrijd zit ik in De Kuip, al vijfen-twintig jaar lang. Eerst met mijn vader, nu met mijn maatje Jeroen. Al kost Feyenoorder zijn soms wel pijn, want we moeten knokken voor iedere overwinning. Maar als je eenmaal met het virus bent besmet laat het je niet meer los.”



VRAAGBAAK

WIE KAN ONDERNEMERSVRAGEN BETER BEANTWOORDEN DAN ONS EIGEN SECRETARIAAT? PETRA BURGMEIJER BEHANDELT IN DEZE RUBRIEK DE MEEST GESTELDE VRAGEN VAN DE AFGELOPEN PERIODE.

Bij veel leden bestaat de behoefte om informatie over het bedrijf te delen. Soms gaat het om algemene informatie, soms wordt er een speciale actie gelanceerd waarvoor extra publiciteit van toegevoegde waarde kan zijn. De VOA heeft hier een mooi platform voor beschikbaar: [VOAonline.nl](https://voaonline.nl). Dit platform is voor leden én door leden.

Nieuws delen

In principe komt al het nieuws van bij de VOA aangesloten bedrijven in aanmerking voor plaatsing op onze website. Het enige voorbehoud is dat het nieuws relevant is voor bedrijven. Kijk voor een indruk eens onder het tabblad: 'nieuws en inspiratie'. Ons secretariaat kan zelfs besluiten om dit nieuws in de VOA-nieuwsbrief op te nemen. Dit is een gratis service, verbonden aan je lidmaatschap.

Dus indien je een event organiseert, een jubileum viert, bent verhuisd of een speciale actie voor VOA-leden wilt optuigen: meld het ons! Wij helpen de boodschap verspreiden. Zo organiseert Grant Thornton met regelmaat workshops, waarbij de VOA site een extra platform biedt. PreZero organiseerde recent een dag waarbij alle VOA leden gratis vertrouwelijke documenten konden laten vernietigen. Dit soort zaken nemen wij

*“Heb je zelf een actie?
Meld het ons!”*

ook op in de VOA-agenda. Daarnaast kun je hier zelf weer linkjes voor je social media uit oppakken. Ieder lid heeft hier iets aan en wij delen dat graag.

Je eigen gegevens

Voor de meer algemene bedrijfsinformatie adviseer ik VOA-leden om eens te controleren of alle gegevens goed en compleet in onze database vermeld staan. Binnen de VOA-website wordt namelijk met afstand het vaakst geklikt op het tabblad 'leden'. Collega bedrijven, mogelijke partners, concurrenten: ze staan er allemaal in. Je kunt hier zelf je bedrijfsactiviteiten en contactgegevens vermelden, en zelfs je eigen foto en logo uploaden. Ben je de inloggegevens kwijt? Stuur dan even een e-mail naar info@VOAonline.nl en je krijgt ze van ons aangeleverd. «

Afgestoft

Andere tijden: Het grote VOAWARDS-event heette in 2006 nog de 'Onderneming van het Jaar-verkiezing'. Slechts één enkele winnaar ging met de trofee terug naar de zaak. Deze foto toont de veertig personen in Avifauna die hun stem mochten uitbrengen. Zij verkozen overigens Erbi boven VRHL en KHZ.
Foto: Engel Lameijer.





OP DE FIETS ONDERNEEM JE ZOVEEL MEER...

FIETSRUTE TUINEN EN KWEKERS

43 KM - 10 LOCATIES - CA. 4 UUR



Tijdens deze route, die dwars door het Groene Hart loopt, zie je hoe mooi onze polders zijn.

Na afloop van deze fietstocht weet je dan ook precies waar de uitdrukking 'het schone van

Boskoop' vandaan komt. De route start bij het station van Boskoop en voert naar de tuinen van Boskoop-Oost en Reeuwijk. Als je daarna nog energie overhebt, is het de moeite waard om door te fietsen naar de kwekerijen van Hazerswoude en Vaardorp Rietveld. Het bijzondere 'slagen-landschap' van Boskoop kenmerkt zich door smalle banen grond (de slagen) met sloten en karakteristieke bruggen.

Onderweg leer je de tuinen (zo noemen Boskopers een kwekerij) én het werk van de boomkwekers kennen. Je krijgt een goed beeld van een bijzondere variant van het Hollands Veenweidegebied: het unieke Boskoopse kwekersgebied!

TIPS ONDERWEG: Grand Café Roos • Restaurant en terras 't Reeuwijkse Hout • PlukTea en de Japanse tuinen van Yokosu aan de Omloop • Boomkwekerijmuseum • Plantentuin Esveld • Vaartocht met een open boot langs kwekerijen • Een ijsje bij IJssalon Janssen.