



W

/14.

Reportage

**CHANTAL
JANZEN**

Musicalster, actrice en presentatrice

Eijsink Matters

2013 / Editie -03- / www.eijsink.nl

Voorwoord

Elke voorjaar rolt een nieuwe editie van EijSink Matters van de pers. Ook dit jaar! Ondanks het digitale tijdperk houden wij deze mooie traditie in stand. Evenals voorgaande nummers, heeft ook deze editie een hoog 'bewaarexemplaar gehalte'. Hij zal het goed doen op menig leestafel, en, als het aan mij ligt, helemaal kapot worden gelezen. Ik ben trots op dit nummer; op de mooie verhalen, de pakkende reportages en de beeldend beschreven productinformatiepagina's. Stuk voor stuk geschreven vanuit de gebruiker zodat de lezer, u dus, zich kan identificeren.

Centraal in deze editie staat het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Hoe vertaal je dit binnen je organisatie zonder direct 'zweverig' over te komen. Ik ben verrast door de inventiviteit van veel ondernemers: het verduurzamen van voeding, warm water stoken door gebruik te maken van houtsnippers, het maken van kleding uit brandnetels, om maar eens wat te noemen. Binnen het Jeroen Bosch Ziekenhuis is het MVO zelfs een speerpunt geworden. U leest het allemaal in EM.

Tja, en als we het er dan toch over hebben. Hoe staat het met uw organisatie? Trekt het al een beetje aan? Om te overleven moet de ondernemer van nu creatiever, scherper en alerter zijn dan vóór de crisis. Nieuwe doelgroepen zoeken, webwinkels starten en kostenbesparende maatregelen nemen.

Wat moet je doen om een klant aan je zaak te binden? Is het werken met klantenkaarten een optie, of past een mailing beter bij uw organisatie? Misschien is het verstandiger om een spaarsysteem in te voeren? Waar u ook voor kiest, maak eerst kennis met de mooie softwarematige oplossingen van EijSink Afrekensystemen. Met behulp van de EijSync personeelsplanner bespaart u kosten en stelt u eenvoudig uw personeelsrooster samen. Klantenbinding is, ongeacht de branche waarin u werkt, met bonVito Loyalty te verstevigen. U leest er meer over op pagina's 20 en 30.

Waar staan wij als EijSink Afrekensystemen? 'Ontzorgen' staat vanaf de oprichting in ons vaandel geschreven. Het Garantie Service Abonnement is hier een mooi voorbeeld van. Wij profileren ons al jaren als innovatieve- en totaaloplosser. Eigen softwareoplossingen ontwikkelen, nieuwe functionaliteiten toevoegen en goed luisteren naar geluiden uit de markt. U leest onze strategieën in het interview met onze algemeen directeur Ferenc Birkenhäger op pagina 12.

Als afsluiter wil ik een citaat van Johan Cruijff met u delen: 'Er is maar één moment dat je op tijd kunt komen. Ben je er niet, dan ben je of te vroeg, óf te laat'. Zo is het ook met zaken doen. Precies op het goede moment met een nieuwe dienst, product of oplossing komen. Dat zijn de momenten waar wij, als ondernemend Nederland, het van moeten hebben.

Ik wens u vele goed gekozen momenten.

René EijSink
commercieel directeur



WWW.VDVEER.NL

Inhoudsopgave

Reportages

- DeLaMar theater** 14
Hij Geloof In Mij
- Jeroen Bosch Ziekenhuis** 32
MVO binnen de zorg
- Ton Schulten en zijn museum** 40
Een kathedraal van kunst en licht
- Maastricht** 58
Parel van het Zuiden

Redactioneel

- Albron** 06
Oog voor ambacht en duurzaamheid
- Eijsink bouwt aan de toekomst** 12
Verbouwing en verhuizing
- Paradiso** 24
Een culturele belevenis
- Netl** 28
Het brandnetelparadijs

Redactioneel

- HiP Jewels & Watches** 46
Voor elk wat wils
- Landgoed De Holtweijde** 48
Health & Wellness Center
- Yoghurt Barn** 52
Verantwoord genieten
- De Miele Campus** 56
Inspiratie, demonstratie en innovatie

Columns

- Rabobank** 11
Aandacht voor de wereld van morgen
- Adjiedj Bakas** 23
Allemaal aan de doggy bag
- Milo Berlijn** 37
If Matters

Oplossingen

- Eijsync personeelsplanner** 20
Dé uitkomst bij De Ysbreeker
- Eijsync tafelreservering** 22
Voor een optimale tafelbezetting
- bonVito Loyalty** 30
Gasten binden was nog nooit zo makkelijk
- Eijsink Kitchen Manager** 54
Totale controle in de keuken
- De Rendementscoach** 65
Margeverbetering en kostenbesparing

Betalingsverkeer

- MyOrder** 38
Bestellen en betalen met de smartphone
- CCV** 50
Contactloos mobiel betalen via NFC



14

40

28

32

24

52

48

06

58

23

56

Albron

Oog voor ambacht en duurzaamheid



Lekker eten en drinken in een gezellige omgeving, dat doet iets met mensen. Iets positiefs. Werknemers voelen zich sneller thuis op hun werk en presteren beter als ze tussen de middag kunnen genieten van een smakelijk broodje of een frisse salade. Een kop koffie met een appelpunt in het ziekenhuis geeft patiënten en bezoekers enige afleiding. Studenten en scholieren zitten beter in hun vel als ze kunnen bijtanken met een tosti en een glas verse jus d'orange. Logisch dat veel organisaties kritisch kijken naar wat zij op culinair vlak te bieden hebben. En steeds vaker doen zij dat samen met Albron. Met meer dan 100 jaar ervaring en bijna 1.000 locaties begrijpt Albron wat goede catering inhoudt. Dagelijks staan zo'n 5.000 medewerkers klaar voor ruim 250.000 gasten.

Tekst Renco Eijnsink

Foto Albron

Onze Keuken

Albron is actief in een dynamische markt. Altijd op zoek naar innovatieve producten om blijvend te kunnen voldoen aan de veranderende behoeften op het gebied van eten en drinken. Een belangrijke verschuiving is de toenemende vraag naar verse ingrediënten. Met de nieuwe formule voor bedrijfsrestaurants *Onze Keuken* geeft Albron hier invulling aan. Een eigentijdse formule die staat voor lekker vers eten en drinken in een

steervolle omgeving. Uiteenlopende gerechten worden dagelijks vers bereid vanuit een open keuken. Medewerkers van Albron vormen de keukenbrigade; zij bereiden alles op locatie en zijn trots op hun gerechten. Het gebruik van materialen zoals krijtborden, hout en een authentieke soeppan zorgt voor een huiselijke uitstraling. Optimale beleving bij de gast is hiermee gegarandeerd. Met de formule *Onze Keuken* gaat Albron terug naar de basis, terug naar het ambachtelijke.



Meer en meer verschuift de behoefte van consumenten naar snelheid en gemak

Gemaksproducten

Studenten die tot 's avonds laat onderwijs volgen, de werknemer die nog snel even moet lunchen voordat de volgende vergadering begint; meer en meer verschuift de behoefte van consumenten naar snelheid en gemak. Albron speelt hierop in met de nieuwe gemaksformule *FFWD*^{>>} (fast forward), waarvan onlangs de eerste outlet werd geopend in de Universiteit van Maastricht. Manager Marketing & Formules, Mark Hartmans vertelt: 'De nieuwe formule is een goed voorbeeld van hoe horeca en retail steeds meer hand in hand gaan. Bij ons is dat - naast convenience producten - doorvertaald in een bake off voor bijvoorbeeld croissants en appelftappen, en een corner voor belegde broodjes voor de vers beleving.' *FFWD*^{>>} maakt het voor gasten mogelijk on-the-go eten en drinken te kopen en te nuttigen. Zo zijn de koffiemachines in *FFWD*^{>>} gericht naar de buitenkant van het

verkooppunt om ook 's avonds, na sluitingstijd van de outlet, koffie aan te kunnen bieden. Een uitrol van *FFWD*^{>>} op andere high traffic locaties zoals ziekenhuizen en bedrijven zal niet lang meer op zich laten wachten.

Lunchen, vergaderen én ontmoeten

Met de opkomst van het nieuwe werken moet bij de inrichting van bedrijfsrestaurants rekening worden gehouden met specifieke wensen. Het bedrijfsrestaurant van Albron in haar kantoor in de Meern is hiervoor de ultieme showlocatie. Voorzien van zithoeken, extra stopcontacten en WiFi kan het personeel er de hele dag doorbrengen om te vergaderen, te lunchen of een presentatie te geven. Met de introductie van de nieuwe koffieformule *The Bakery Café*, is het mogelijk de hele dag door diverse koffievormen te verkrijgen, maar ook verse vruchtensappen, ontbijtproducten of zoete tussendoortjes. Met recht, het bedrijfsrestaurant van de toekomst!



Duurzamer ondernemen

Albron wil graag de meest duurzame foodservice-organisatie van Nederland zijn. Zo is Albron al jaren actief bezig met het verduurzamen van het assortiment. Van het totale assortiment is bijna 20% op één of andere wijze verduurzaamd, waarvan de helft biologisch. In een aantal restaurants wordt zelfs een 95% duurzaam assortiment aangeboden. Het bijbehorende MVO-beleid werpt inmiddels zijn vruchten af. Albron

heeft als eerste foodservice-organisatie en als één van de eerste bedrijven in Nederland voldaan aan de NEN-ISO 26000 richtlijn. Dé internationale richtlijn voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daarnaast is Albron de allereerste organisatie die niveau Zilver behaalde in het FIRA Rating System. Dit systeem geeft inkopende organisaties een onafhankelijk beeld van de duurzaamheidsinspanningen van hun leverancier. Ook ondersteunt Albron tal van projecten



Een mooi voorbeeld is het project *BrainFood* waarin gezonde producten worden gepromoot in schoolkantines

ten aanzien van gezonder leven. Een mooi voorbeeld is het project *BrainFood* waarin gezonde producten worden gepromoot in schoolkantines. Met de sponsoring van evenementen als de Nijmeegse Vierdaagse draagt Albron bij aan een gezondere levensstijl waarin regelmatig bewegen en gezond eten hand in hand gaan. De vele wandelaars krijgen lekker, gevarieerd en gezond eten en drinken om de Vierdaagse tot een goed einde te brengen.

De wereld verandert voor altijd.

Bent u voorbereid op de komende jaren? Weet u waar slimme ondernemers rekening mee houden? De Rabobank heeft veel branchekennis die we graag met u delen. Bijvoorbeeld in de MKB-visie die bestaat uit de macro economische ontwikkelingen van 2013 tot 2015, de vertrouwde sectorprognoses voor 2013 en zeven trends die de ondernemer de komende 2 tot 3 jaar kan verwachten.



Download de actuele branche-informatie op rabobank.nl

Rabobank. Een bank met ideeën.



Rabobank

Aandacht voor de wereld van morgen

De wereld zit midden in een overgangsfase. Bij zo'n fase horen politieke, economische, technologische en maatschappelijke veranderingen - op nationaal en internationaal niveau. Anticiperen op dynamiek en flexibel meebewegen: dat wordt de norm. Stilstaan en vasthouden aan verworvenheden heeft steeds minder zin - en kan zelfs gevaarlijk zijn.

Van u, als ondernemer wordt verwacht om aandacht te hebben voor de wereld van morgen; voor de snelle nationale en internationale veranderingen in de komende jaren. Sommige van die trends zijn redelijk goed in te schatten, waaronder de vergrijzing van de bevolking en de schaarste aan natuurlijke hulpbronnen. Andere trends zijn moeilijker te voorspellen, zoals technologische ontwikkelingen en mondiale machtsverhoudingen.

De wereld aan uw voeten

In de Rabobank MKB-visie onderscheidt de Rabobank zeven trends waarvan het verstandig is om nu al rekening mee te houden. Zo groeit de behoefte aan aanbieders die een helder overzicht bieden van hun aanbod. De consument heeft weinig tijd en wil snel en gemakkelijk de juiste keuze maken. Het aanbod en de bedrijfsvoering van ondernemers moeten in de toekomst in elk geval transparant, begrijpelijk, toegankelijk en flexibel zijn. Steeds meer mensen zijn niet online of offline, maar 'inline'. Zij staan 24/7 in verbinding met internet. De digitale ervaring creëert een verwachtingspatroon. Niet alleen voor de online wereld, maar ook daarbuiten. Alles, ook in de fysieke werkelijkheid, moet 24 uur per dag binnen handbereik zijn. Consumenten zijn ongeduldiger en eisen meer dan ooit.

De wereld dichtbij

Ontwikkelingen houden steeds minder rekening met landsgrenzen. Ondernemers concurreren in toenemende mate in een wereldwijd speelveld. De 'emerging markets' van nu zullen binnen afzienbare

tijd een prominente rol spelen in de internationale economie - ook op MKB-niveau. Om in dit nieuwe speelveld te overleven, hebben ondernemers een brede, internationale blik nodig. Lang leek de samenleving steeds individualistischer te worden. Maar tegenwoordig wint ook een tegengestelde stroom aan kracht: Do It Together (DIT). Het gezamenlijk inkopen, ontwikkelen of verkopen van producten en diensten, bijvoorbeeld. Of om het betrekken van klanten, leveranciers en andere ondernemers bij innovatieprocessen. Het basisidee is telkens weer: samen bereiken we meer dan alleen.

De wereld wacht niet

Richt de pijlen op beleving en samenwerking! De trends 'Do It Together' en 'Voel het verschil' zijn zeer belangrijk voor de sector horeca en recreatie. Bedrijven met een uniek belevingsaanbod hebben een streepje voor, zeker als dat gecombineerd kan worden met relatieve 'lowbudget'-prijzen. Samenwerking kan in deze sector bijvoorbeeld gezocht worden in de gezamenlijke promotie van een bepaalde stad, streek of een recreatiegebied. Door de laagconjunctuur blijven consumenten en bedrijven kritisch letten op hun uitgavenpatroon. Het risico van 'overprijzing' ligt op de loer, zeker nu branchevreemde aanbieders de concurrentie vol ingaan en vooral op prijs concurreren.

De 'nieuwe dynamiek' gaat veel van u en uw bedrijf vragen. De Rabobank adviseert u hier graag over, onder andere met branche informatie en de MKB-visie. Kijk hiervoor op www.rabobank.nl/bedrijven/kennis/mkb_visie



Rabobank



Bouwen aan de toekomst



Innovatieve oplossingen bieden vanuit inspirerende vestigingen

'In het afgelopen jaar hebben wij onze vestigingen in Den Haag en Emmeloord geheel gerestyled.' Aan het woord is Ferenc Birkenhäger, algemeen directeur van Eijsink Afrekenstystemen. 'De naam showroom is er eigenlijk niet meer van toepassing. Het zijn inspiratiecentra geworden. Alle mogelijke afrekenoplossingen en daaraan verwante mogelijkheden worden er tentoongesteld.'

Tekst Lia van der Weide

Foto Eijsink Afrekenstystemen

Tegen het einde van het lopende jaar wordt daarnaast invulling gegeven aan de nieuwe huisvesting in Hengelo. Birkenhäger vervolgd: 'Door groei is het huidige onderkomen niet meer toereikend. De nieuwe locatie wordt duurzaam en geheel eigentijds aangepast en ingericht met het doel alle klanten optimaal te kunnen blijven bedienen. Ook in Hengelo zal een inspiratiecentrum straks natuurlijk niet ontbreken.'

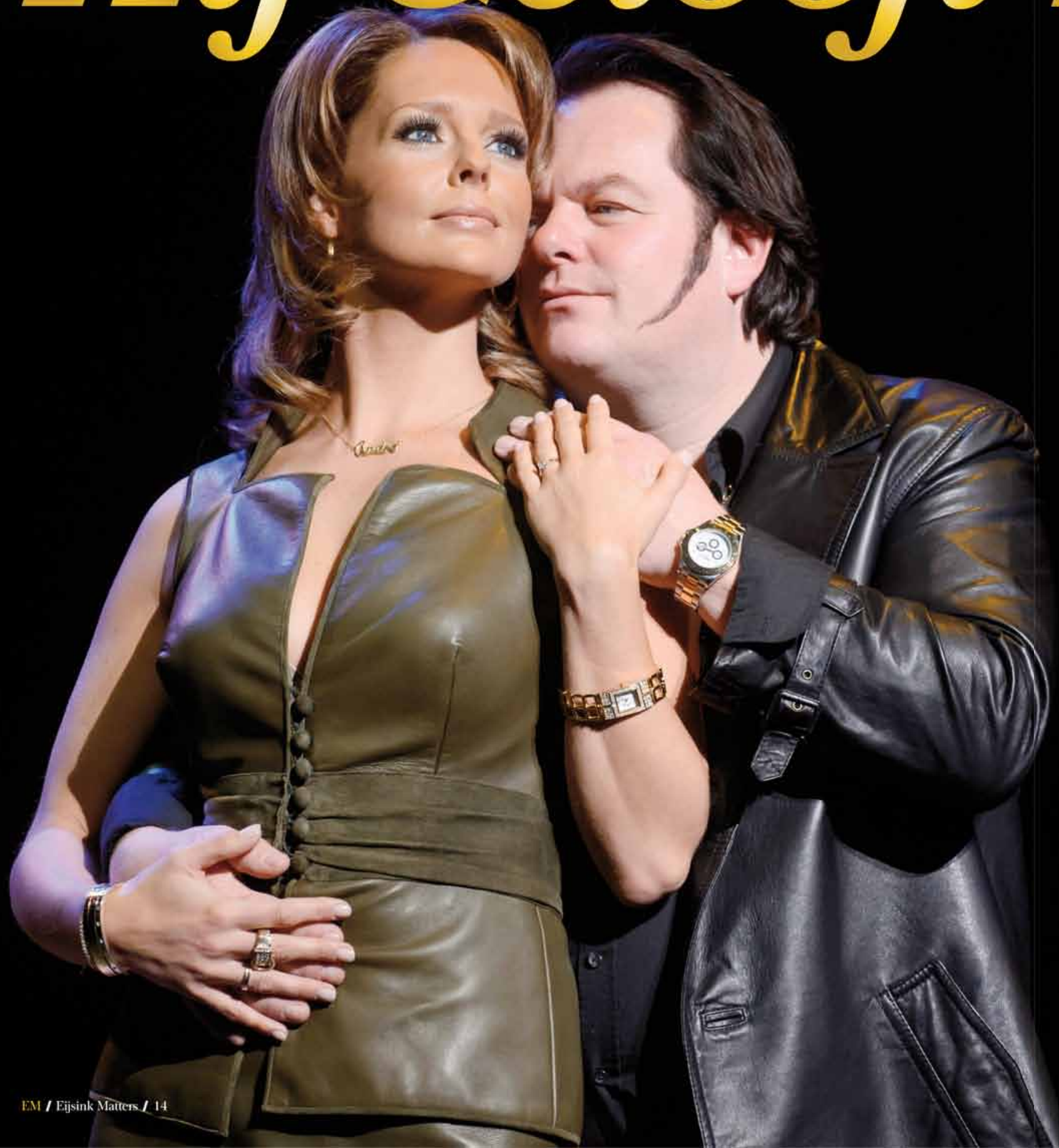
Niet alleen letterlijk maar ook figuurlijk wordt gebouwd. 'Er zijn vele innovatieve ontwikkelingen gaande waarmee wij ons in de markt profileren,' aldus Birkenhäger. 'Zo zijn wij bezig met de bouw van een geheel

nieuw automatiseringsplatform waarin alle moderne "state of the art" technieken zullen worden opgenomen. We hebben ons eigen personeelplanningssysteem en de vele koppelmogelijkheden voor verschillende soorten (mobiele) bestelsystemen, boekhoudpakketten, reservering-, logistieke- en loyaltysystemen. Dit doen wij grotendeels door middel van eigen softwareoplossingen en waar nodig door samenwerking met onder andere specialisten als Exact, AFAS, Hotel-concepts, BDO Accountants en Rabobank. Hierdoor kunnen wij snel inspelen op de wensen van de klant en op de veranderende marktomstandigheden. Wij bouwen op meerdere fronten aan de toekomst!



Hij Gelooft In Mij

Interview Chantal Janzen
en Martijn Fischer



“Het is heel realistisch, zeker als ik Rachel Hazes mag geloven!” Chantal Janzen vertelt over haar rol als Rachel in de muziektheaterproductie *Hij Gelooft In Mij*. Het is het gedramatiseerde levensverhaal van volkszanger André Hazes gezien door de ogen van zijn laatste vrouw, Martijn Fischer, die in de huid van Hazes kruipt, vult haar aan: “Het is bijna allemaal waargebeurd, alleen sommige details zijn veranderd en geromantiseerd. Het is een leven met pieken en dalen en alles komt voorbij.”

Foto DeLaMar Theater



Hoogwaardig muziektheater

André Hazes, die talloze hits als 'Een beetje verliefd', 'Kleine jongen' en 'Zij gelooft in mij' scoorde, overleed in 2004. Een kleine drie jaar later tekende zijn weduwe Rachel Hazes een contract met Joop van den Ende Theaterproducties voor de ontwikkeling van een muzikaal verhaal over het leven van de beroemde zanger. Niet voor niks, want Joop van den Ende is ooit nog een tijdje de manager van Hazes geweest. Van den Ende had een specifiek idee over hoe hij het stormachtige leven van de zanger op het toneel wilde brengen en vroeg scriptschrijvers Frank Ketelaar (o.a. Overspel, Penozo) en Kees Prins (o.a. Jiskefet) om het verhaal te schrijven. Ruut Weissman, directeur van de Amsterdamse Toneelschool en Kleinkunstacademie en regisseur van onder meer Paul de Leeuw en Acda en De Munnik, voert de regie. Bewuste artistieke keuzes, om van Hij Gelooft In Mij artistiek hoogwaardig muziektheater te maken. Aan Martijn Fischer en Chantal Janzen de taak om André Hazes en zijn vrouw Rachel gestalte te geven.

“Zij is echt heel nauw betrokken geweest bij deze productie.”

Iedereen heeft natuurlijk een beeld van André en Rachel, hoe gaan jullie daarmee om?

Chantal: "Ja, Martijn, vertel maar, hoe doe je dat?"

Martijn: (lachend) "Ik doe hem in ieder geval niet na. Ik ben hem gewoon niet. Ik probeer de essentie van wie Hazes was eruit te halen en zet al mijn gereedschappen in om hem te benaderen. Zijn essentie was volgens mij een grote pijn en een grote behoefte aan contact. Succes was als een soort brandstof voor hem. Hij was grenzeloos in het leven, dat laat ik zien."

Chantal: "Ik speel iemand die nog leeft, dat is natuurlijk heel gek. Rachel komt uit Rotterdam dus ik heb Rotterdamse les gevolgd om me dat accent eigen te maken. Ook ik doe Rachel niet na, ik heb haar motoriek bijvoorbeeld niet overgenomen. Aan de andere kant is het heel fijn dat ze er nog is, want op die manier heb ik haar veel kunnen vragen. Zij is echt heel nauw betrokken geweest bij deze productie en we hebben haar al een aantal keer ontmoet."

“Ik doe hem in ieder geval niet na. Ik ben hem gewoon niet.”

Hebben jullie Rachel helemaal uitgehoord?

Chantal: "Ik wel. Omdat ik het fascinerend vind wat zij heeft meegemaakt. Ik kan me helemaal voorstellen dat je zielsveel van iemand houdt en bij iemand blijft, maar ik zou het ongelooflijk pittig vinden om bij iemand te blijven die zo veel problemen heeft. Dat je steeds maar dat gevecht aan gaat. Zij hield ontzettend van die man, dus als hij dronken thuis kwam, raapte ze hem op en zorgde ze voor hem. Ik wilde weten hoe ze dat volhield, want dat is mentaal natuurlijk heel zwaar."

Martijn: "Ja, zij hield André zo goed mogelijk binnen de lijntjes en daarbinnen kon hij zijn gang gaan en zijn creatieve ei leggen. Ik heb haar wat minder gevraagd, omdat ik wel iets van André en zijn leven wil weten - dat hij een moeizame relatie had met zijn vader bijvoorbeeld, waardoor hij waarschijnlijk zijn liedjes zo goed kon schrijven en zingen - maar dat zijn dan alleen feiten. Terwijl ik zijn pijn speel. In die zin is André zijn verhaal een universeel verhaal. Ik vond het wel heftig om te zien wat Hij Gelooft In Mij met Rachel doet. Ze is jonger dan ik, ik ben 44 en zij is 42, maar zij heeft al grote kinderen en door alles wat ze heeft meegemaakt, zit ze in een andere levensfase."

Chantal: "Maar als zij over André praat, is ze wel iemand van haar eigen leeftijd, misschien juist wel jonger, omdat je dan de verliefdheid in haar ogen ziet. Heel mooi." Martijn: "Klopt, je merkt aan alles dat ze echt van hem gehouden heeft. Maar ze steekt op geen enkele manier alle ingewikkelde toestanden onder stoelen of banken."



Het is voor jou een heel ander soort rol dan mensen misschien van je gewend zijn, Chantal.

Chantal: "Ik vind het leuk om mensen te laten lachen, dat is voor mij de allerleukste vorm van entertainment. En tot nu toe, ik heb in een stuk of negen musicals gespeeld, is dat eigenlijk altijd zo geweest. Maar met deze rol maak ik niemand aan het lachen hoor. Dat is eng, ik hoop dat het goed uit de verf komt. Maar het voelt voor mij ook als een bevrijding om niet te hoeven scoren met een lach. Ik kan nu scoren op een andere manier. Met film heb ik dat al mogen ervaren, maar dan is er geen publiek bij. Dus nu op het toneel is het even wennen. Maar ik vind het fijn om me in het drama te storten, al blijf ik, net als elke acteur, er altijd een beetje onzeker over."

Martijn: "Heb je haar zien spelen in de film De dominee? Zo goed! Als wij samen spelen komt Chantal heel makkelijk bij een emotie, terwijl ik met een heleboel goede actrices heb gespeeld die daar veel meer moeite mee hadden. Je moet echt af van dat idee, hoor." Chantal: "Ik begin spontaan te blozen!"

Wat leuk om te horen, dankjewel! Kijk, elke musical brengt weer iets anders met zich mee en ik wil elke keer weer wat leren."

Terug naar André Hazes. Wat is volgens jullie de kracht van zijn muziek?

Martijn: "Het klinkt heel eenvoudig, als het rijmde en klopte was het goed. Maar ik denk dat hij er al zijn gevoel in kwijt kon. De muziek van André Hazes is eigenlijk een soort soul, een schreeuw uit zijn hart."

Chantal: "Ja, die schreeuw is schaamteloos en open. Hij mikt op herkenbaarheid. Een lied als 'De vlieger' of 'Eenzame kerst', dat zijn toch dingen die veel mensen niet hardop durven uit te spreken. Dat is ook heel Nederlands trouwens want de burens moeten toch vooral denken dat het heel goed met ons gaat en eigenlijk nog beter dan bij hen. Maar wat Hazes doet is zingen: 'Het gaat helemaal niet goed! Ik ben alleen en ik voel me rot.' Dat is een openbaring en een bevrijding voor veel mensen. En het is oprecht."

Martijn: "Die herkenbaarheid is het grootste deel van zijn succes, denk ik. Hij kon mensen



Martijn Fischer

Geboren
Utrecht, 28 januari 1968.

Opleiding
Na zijn middelbare school ging Martijn naar de conservatoriumvoorbereiding in Hilversum, met als hoofdvak drums. Hij stapte na een jaar over naar de sociale academie in Driebergen. Na het behalen van de propedeuse wijdde hij zich aan zijn ware passie: acteren. Hij werd aangenomen op de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en studeerde daar in 1997 af als acteur.

Rollen
Martijn had rollen in onder andere Soul van het Ro Theater en speelde Haak in Peter Pan van Theatergroep MAX. Hij speelde Horatio in Hamlet en Grumio in De Getemde Feeks (William Shakespeare). Maar de meesten zullen hem kennen als Zwarte Piet in de televisieserie Bij Sinterklaas van jeugdzender Nickelodeon. Ook is hij bekend van de reclame Krasloten en Ed & Edouard van Nuon.



Chantal Janzen

Geboren
Tegelen, 15 februari 1979

Opleiding
Naast haar verplichte vakken op school, volgt Chantal workshops in zang, dans en acteren. Na het afronden van de Havo, begint Chantal in 1997 aan haar studie jazztheater/showmusicals aan de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten. Ze kreeg les in klassieke dans, moderne dans, jazzdans, acteren, spel en zang, tap en musicalrepertoire.

Rollen
Haar droom om in grote producties te spelen komt een stap dichterbij als Chantal stage loopt bij Joop van den Ende Theaterproducties. Ze wordt hier gecast voor de musical 42nd Street. Daarnaast heeft ze gespeeld in onder andere Saturday Night Fever, Kunt u mij de Weg naar Hamelen vertellen Meneer?, Crazy for You, Beauty and the Beast, Tarzan, Petticoat en Wicked.

mee laten voelen in zijn eigen sores. Zijn publiek identificeerde zich ermee en vond het prettig te merken dat hij ze zo goed begreep. Er zit wat dat betreft echt troost in zijn muziek."

Wat voor avond hebben mensen, als ze naar Hij Geloof in Mij komen kijken?

Martijn: "Als je denkt dat het een playbackshow of een meezingavond is, kom je bedrogen uit. We laten een intens verhaal zien, de hoogte- en dieptepunten uit de carrière en het leven van André Hazes komen voorbij, gezien vanuit de ogen van Rachel."

Chantal: "Nee, het is inderdaad geen avondje van de handjes omhoog. Je krijgt een kijkje in het leven van Hazes en je ziet de liefde tussen hem en Rachel. De strijd in zijn leven zit erin, zijn worsteling met de drank, het geeft een heel realistisch beeld. Je gaat niet huilend van verdriet de deur uit, maar ook niet feestend. We zetten een heel mooi verhaal neer. Ik hoop dat mensen met ons meelevend en na afloop even moeten zuchten, zo van: het was een heftig verhaal, maar we hebben er wel van genoten."

DELAMAR THEATER

‘Het is heel bijzonder dat het verhaal van André Hazes juist in het DeLaMar Theater verteld wordt. In hartje Amsterdam, de stad van Hazes, in een theater met een rijke geschiedenis van andere legendarische artiesten. Het is een eer dat de voorstelling exclusief en voor een lange periode in het DeLaMar te zien is.’

- Edwin van Balken, directeur DeLaMar Theater -

Het DeLaMar Theater heeft een theater-geschiedenis die tot de verbeelding spreekt. Grote namen als Mary Dresselhuys, Wim Sonneveld en Freetje de Jonge zijn verbonden aan het theater. De programmering van het huidige DeLaMar Theater met twee zalen en ruim 1500 stoelen, sluit aan bij deze traditie. Het theater biedt een podium aan grote cabarettiers, komedies, toneelklassiekers, musicals, festivals en jeugdvoorstellingen. Tijdens een bezoek aan het DeLaMar Theater kan het publiek zich verwonderen over een zeer

bijzondere fotocollectie, samengesteld door Janine van den Ende. Het hart van de permanente tentoonstelling wordt gevormd door werk van vijf Nederlandse kunstfotografen, die opdrachten kregen rond het thema 'theater'.

In het DeLaMar Theater bevindt zich het sfeervolle Grand Café. Voor theaterbezoekers, maar ook voor gasten die niet naar een voorstelling gaan, is dit dé plek om na afloop van de voorstelling gezellig na te praten. Speciaal voor bezoekers van Hij

geloof in Mij heeft het DeLaMar Theater een prachtig nieuw theaterrestaurant geopend. Vanaf twee weken voor aanvang van de voorstelling kan een tafel gereserveerd worden in de Dinerfoyer DeLaMar op de tweede verdieping in het theater.

Kortom: voor alle bezoekers een zeer gevarieerd aanbod.

Eijsync

personeelsplanner dé uitkomst bij De Ysbreeker



Lang geleden, in 1702, werd herberg De Ysbreeker geopend. De uitbaters zagen, ondanks dat het hoogtepunt van de late Gouden Eeuw al was gepasseerd, brood in een herberg/tapperij. Amsterdam werkte immers nog steeds als een magneet. Avonturiers vanuit het hele land zochten hun geluk in 'de grote stad'. Bij De Ysbreeker vonden ze gezelligheid en een thuis ver van huis.

Tekst Lia van der Weide

Foto De Ysbreeker



Nu, ruim 300 jaar later, is het gevoel van het warme nest nog steeds bij De Ysbreeker te vinden. Een plekje om te slapen is er niet meer, maar de gastvrijheid viert hier nog steeds hoogtij. Het personeel verwelkomt elke bezoeker met een glimlach. En de keuken, die tot laat in de avond geopend is, verwent de gast met de heerlijkste vers bereide gerechten.

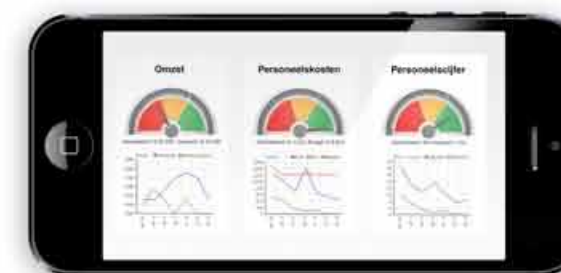
Achter deze entourage gaat een geïsoleerde organisatie schuil. Niets is zo belangrijk als het goed inplannen van personeel. 'Vroeger werkten we met verschillende bestanden. Roosters, personeelsgegevens, loonadministratie, aantal gewerkte uren. Soms zag je door de bomen het bos niet meer.' Aan het woord is Jan Paul Bekkers, managing director bij De Ysbreeker. 'Op

een gegeven moment moet je bekennen dat het zo niet langer gaat. We zijn na een lange zoektocht uitgekomen bij de Eijsync personeelsplanner.

De Eijsync personeelsplanner heeft alle gewenste mogelijkheden. De tijdswinst, het gemak, het eenvoudig oproepen van extra mankracht en het doorgeven van de werkroosters, daar zijn we erg tevreden over. Met de Eijsync personeelsplanner is in één oogopslag het personeelsrooster te zien. Waar is een overlap, waar moet nog bezetting geregeld worden. Het oproepen van (extra) personeel 'Wie wil er zaterdag van 18.00 tot 23.00 uur werken', is heel eenvoudig. Met één druk op de knop is een sms-je of een mailtje verstuurd.

Ook is snel te zien waar teveel uren zijn gemaakt; wat stond gepland en wat zijn de gewerkte uren. Hierdoor houden we grip op de overuren. Natuurlijk monitoren we nauwlettend het personeelscijfer. Het plannen van een extra dienst heeft hier invloed op. De Eijsync personeelsplanner laat ons zien wat de effecten zijn.'

Om nog meer grip te krijgen op onder andere de gewerkte uren, is bij De Ysbreeker een tijdregistratieklok ingevoerd. De gegevens worden rechtstreeks doorgestuurd naar het Eijsync planningssysteem. Jan Paul Bekkers heeft dankzij deze klok, die werkt op basis van een vingerafdruk, inzicht wie aanwezig is. Het gedoe met pasjes en urenbriefjes behoort tot het verleden.



Nieuw!

Eijsync tafelreservering

Binnen de Eijsync software lijn is een nieuwe functionaliteit ontwikkeld! Horecaondernemers kunnen vanaf nu op eenvoudige wijze controle verkrijgen over tafelreserveringen. Nooit meer dubbele of vergeten boekingen. De oplossing is eenvoudig. Het Eijsync tafelreserveringssysteem.



à la carte reserveringen voor walk-ins



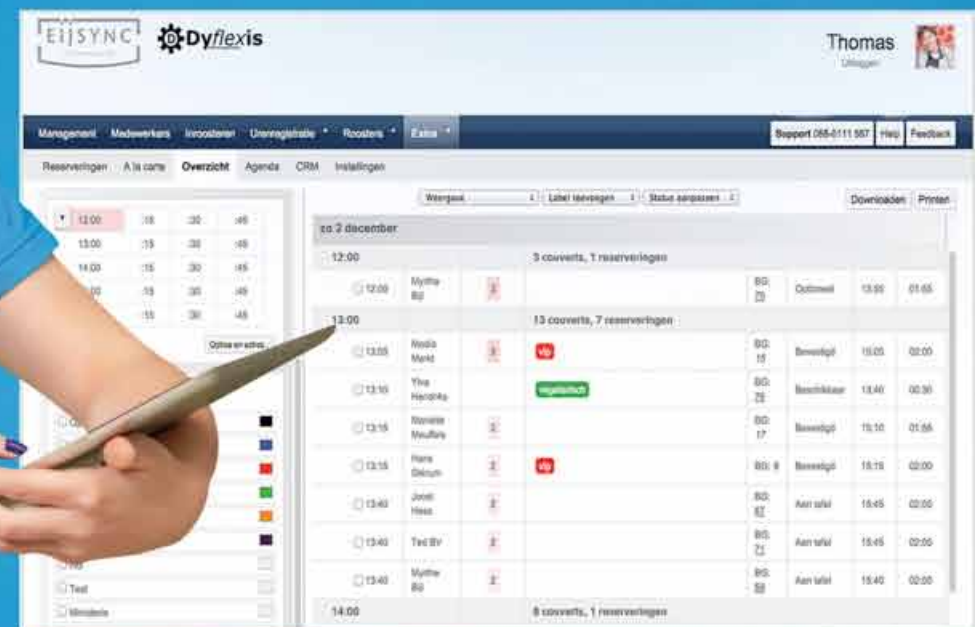
Met Eijsync tafelreservering zijn reserveringen op een simpele manier bij te houden. De oplossing werkt zelfstandig, maar kan ook gekoppeld worden aan de Eijsync personeelsplanner. Voor gebruikers van de Eijsync personeelsplanner dus een bijkomend voordeel. Door de koppeling ziet de ondernemer bij het inroosteren van het personeel direct hoeveel reserveringen er al zijn geplaatst.

Daarnaast kan de klantenbinding worden verhoogd. Binnen Eijsync tafelreservering is de mogelijkheid van het versturen van mailings opgenomen. De horecaondernemer kan op basis van verschillende criteria een mailing geheel op maat maken en versturen.

Wijzigingen van de menukaart, thema avonden of aanbiedingen worden snel en eenvoudig doorgestuurd naar gasten uit het klantenbestand.

Mogelijkheden:

- Automatische berekening van de optimale bezetting.
- Houdt rekening met mogelijke tafelcombinaties.
- Online tafelreservering via de website van de horecaondernemer.
- Aantal reserveringen direct zichtbaar bij de personeelsplanning.
- Gebruiksvriendelijk CRM.
- Eenvoudig mailings sturen naar gasten.



overzicht van alle reserveringen

Allemaal aan de doggy bag

Duurzaamheid is tegenwoordig een economische noodzaak, ook voor de food business. Als we onze grondstoffen blijven gebruiken op de manier waarop we dat de afgelopen eeuw hebben gedaan, hebben we in 2050 twee aardbollen nodig om de wereldbevolking te voeden. Ik heb goed geluisterd naar de verslagen van André Kuipers uit de ruimte, maar over een tweede aarde heb ik hem niet gehoord. We kunnen er dus vanuit gaan dat we de komende jaren de toenemende druk op de voedselmarkt zelf moeten zien op te lossen.

En dat gaat gebeuren. In mijn onlangs verschenen boek *The Future of Food*, beschrijf ik tal van slimme oplossingen die er nu al zijn voor onder meer verhoging van de productie, zuiniger omgaan met traditionele grondstoffen en produceren met alternatieve grondstoffen. Daar wil ik hier verder niet over uitweiden, want dat soort innovaties moet komen van knappe koppen en grote voedselproducenten. Maar ook voor u, dames en heren in de retail, catering en horeca, is er werk aan de winkel. En daar kunt u vandaag al mee beginnen!

Er valt namelijk ook een hoop te winnen door de verspilling van voedsel terug te dringen. Volgens de Food and Agriculture Organization (FAO) gaat meer dan 40 procent van de voedselproductie in het rijke Westen verloren. En dat gebeurt vooral aan het eind van de distributieketen. Neem bijvoorbeeld de uiterste houdbaarheidsdatum op producten in de supermarkt. Die is vaak nogal voorzichtig gekozen, om het zacht uit te drukken. Het voedsel is op die datum nog lang niet bedorven, maar uit vrees voor juridische claims of imago schade als er toch iets mis zou blijken te zijn, wordt het eten na de houdbaarheidsdatum als afval beschouwd en weggegooid. Als winkelier kunt u ook een duurzaam alternatief kiezen: breng etenswaren die over de datum maar nog wel consumeerbaar zijn naar het Leger des Heils of de Voedselbank.

Nog zo'n praktische tip: ga kleinere verpakkingen aanbieden. Verpakkingen van voedsel zijn nog steeds afgestemd op een gemiddeld gezin, waardoor veel eten wordt weggegooid. Zonde, en eenvoudig op te lossen.

In de horeca zie ik een belangrijke rol weggelegd voor de doggy bag. In Amerika is het volstrekt normaal om restaurantbezoekers hun kliekjes mee te geven voor thuis. Maar hier reageerde Koninklijke Horeca Nederland negatief op het voorstel van de Partij voor de Dieren om zo'n meeneemzak verplicht te stellen. Want hoe zit het met de aansprakelijkheid als klanten ziek worden wanneer ze de restjes uit het restaurant thuis hebben opgewarmd? Ik zeg: los dat op door op de doggy bag een waarschuwing te plaatsen dat de houdbaarheid van de inhoud ervan beperkt is. De komende jaren zullen er dergelijke praktische oplossingen gevonden worden om voedselverspilling tegen te gaan. Ik verwacht dat veel nieuwe ideeën op dit vlak geboren zullen worden binnen het MKB, omdat daar dagelijks het besef leeft dat verspilling geld kost. Zo hoorde ik laatst het verhaal van een bakker die zijn ovens op oud brood stookt. Vraag me niet hoe hij dat voor elkaar krijgt, maar laat zijn creativiteit een voorbeeld voor u zijn. Deze man is een echte duurzame ondernemer.



Adjiedj Bakas
Trendwatcher

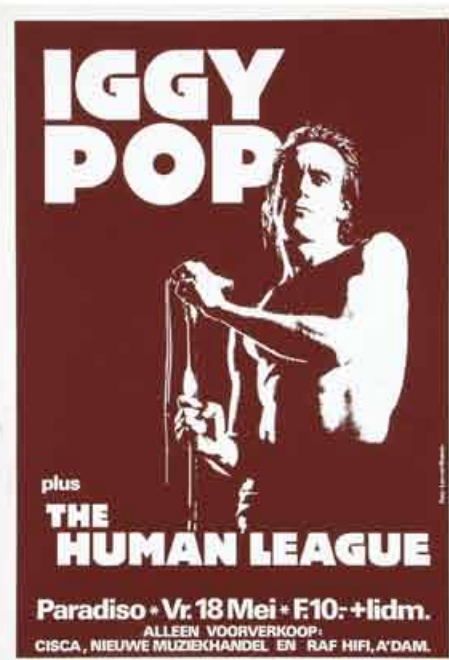
Paradiso

Een culturele belevenis

Paradiso bevindt zich in een prachtig pand aan de Weteringschans in het centrum van Amsterdam. Het pand werd in 1879 gebouwd als verenigingsgebouw voor de Vrije Gemeente, een religieuze beweging voortgekomen uit de Nederlandse Hervormde Kerk. Tot 1965 behield het deze functie. Na een korte periode van leegstand werd het in maart 1968 wederom in gebruik genomen. In die tijd was Amsterdam de flower-power-hoofdstad van Europa. De vele hippies wilden een plek waar ze elkaar konden ontmoeten: Paradiso. Paradiso werd in die tijd een cosmisch ontspanningscentrum genoemd. Er werden films vertoond, mensen konden er dansen of gewoon relaxen. Creatief talent kreeg de kans dit te etaleren. Het bleek een schot in de roos mede door de indeling van het pand. De grote hoge zaal in combinatie met een kleine zaal boven de hal maakte het pand uitermate geschikt.

Tekst Remco Eijssink

Foto Paradiso & Martin Kaya



Grote internationale artiesten als de Rolling Stones, Prince, U2, Nirvana en Metallica wilden maar al te graag optreden in Paradiso

Vanaf 1997 is er gewerkt om het pand structureel aan te passen aan de eisen van een hedendaags poppodium. Aan dit project lagen vijf hoofddoelstellingen ten grondslag: vergroten van de capaciteit, verbeteren van de infrastructuur, verbeteren/ vernieuwen van de installaties, verbeteren van de uitstraling en verbeteren van de arbeidsomstandigheden. Door het vergroten en vernieuwen van het tweede balkon is de capaciteit van de grote zaal toegenomen tot 1500 bezoekers. De capaciteit van de kleine zaal is vergroot naar 250 bezoekers. En het belangrijkste, het authentieke karakter van het gebouw, is behouden gebleven.

Poppodium in optima forma

Het geheim van Paradiso is dat het groots oogt en toch een intiem karakter heeft. Het publiek staat met de neus op het podium en de musici voelen zich via de balkons omringd door het publiek. In de loop van de jaren is Paradiso uitgegroeid tot een internationaal vermaard podium. Grote internationale artiesten als de Rolling Stones, Prince, U2, Nirvana en Metallica wilden maar al te graag optreden in Paradiso. De belangrijkste reden? De unieke sfeer! De komst van deze sterren heeft bijgedragen aan de mythevorming die maakt dat elke artiest er graag wil optreden. Hierdoor is het aanbod van artiesten zeer veelzijdig. Popmuziek voert nog altijd de boventoon, maar ook voor bijvoorbeeld

jazz, reggae en klassieke muziek is Paradiso the place to be. Uiteraard treden ook verscheidene Nederlandse artiesten op; De Dijk en Van Dik Hout zelfs jaarlijks. De intimiteit van Paradiso komt helemaal tot uiting in de kleine zaal. De plek waar opkomend talent optreedt. De eerste stappen op weg naar een succesvolle carrière worden hier gezet. Succes in de kleine zaal zorgt in veel gevallen voor een promotie naar de grote zaal bij een volgend concert. Franz Ferdinand en Kings of Leon zijn voorbeelden van artiesten die in de kleine zaal zijn begonnen en inmiddels grote stadionconcerten geven.

Club & tempel van nieuwe cultuur

Vanaf de start van Paradiso in 1968 tot het begin van de jaren tachtig heerste er in Nederland niet echt een clubcultuur. In 1982 kwam daar met de komst van Eddy de Clerq met zijn Pep Club verandering in. Dit leidde een aantal jaren later, met de onstuipbare opkomst van de housecultuur eind jaren '80, tot meer feesten in Paradiso die de nachtvlinders in onze samenleving een thuis boden. Halverwege de jaren '90 werd begonnen met vaste clubnachten met de bedoeling de concertgangers na afloop van het concert langer vertier te bieden. Paradiso was met de wekelijks vaste Vip Club het eerste podium dat ook als club diende en 's nachts open bleef. Momenteel heeft

Paradiso ongeveer vijf vaste clubnachten per week. Daarnaast vinden er themafeesten plaats, zoals het Oud Hollands Acid Feest, Manifesto, Lovedance en de Gouden Kabouterawards.

Een vrijplaats voor creatief talent

De doelstelling van Paradiso is altijd geweest meer te bieden dan popconcerten, de grenzen te verkennen van (pop)cultuur en ruimte te geven aan bijzondere initiatieven en projecten. Gevolg is dat er soms in Paradiso een modeshow te zien is, een film wordt vertoond, een klassiek orkest het podium bezet of discussies over wetenschappelijke onderwerpen worden gehouden. Met de diversiteit in muziekslijlen en de niet-muziekgerelateerde programmering trekt Paradiso een breed publiek: van jong tot oud en van punker tot aanbidder van het levenslied; een doorsnee van de Nederlandse samenleving. Mede hierdoor hebben de bezoekersaantallen een grote vlucht genomen. In het jaar 2007 haalde Paradiso voor het eerst het aantal van 500.000 bezoekers. Om onbekend creatief talent ook in de toekomst een kans te blijven bieden werkt Paradiso met een systeem van 'interne subsidiëring'. De winst die wordt behaald met uitverkochte programma's van de grote artiesten wordt direct geïnvesteerd in de concerten van onbekend talent.



Toen de familie Crébas-Wobma in 2004 de site Marktplaats.nl verkocht aan Ebay rolden ze bij toeval in de brandnetels. Ze vallen voor het onkruid, worden verliefd op de mooie, kwalitatieve fijne vezels en raken geroerd door het milieuvriendelijke karakter. Geprikkeld door de vele mogelijkheden van dit bijzondere kruid én met een gezonde dosis ondernemerschap gaan ze aan de slag. Het Netl Park is het resultaat.

Tekst Lia van der Weide
Foto Netl



fietsen, zwemmen, zonnen en wandelen in een brandnetelparadijs

Netl:

Van de kale polder naar
een bijzondere plek aan het water

Het recreatiepark is 48 hectare groot. Met een zwemplas, duinen, eilanden en beschutte stranden is het een paradijs voor de waterliefhebber en zonzonbidder. Ook wandelaars kunnen hier prima uit de voeten. Je kunt urenlang dwalen langs bamboebossen, kruidenvelden, stranden en, niet te vergeten, dwars door brandnetelplantages. Want dit park biedt niet alleen een blik in het 'buitenleven', maar richt zich daarnaast vooral op de ontwikkeling van brandnetelmode.

Brandnetels groeien in een gematigd klimaat waar voldoende regen valt. Zoals het onze, of we dat nu leuk vinden of niet. Bij de teelt zijn nauwelijks bestrijdingsmiddelen nodig, wat fantastisch is. Na aanplant wordt

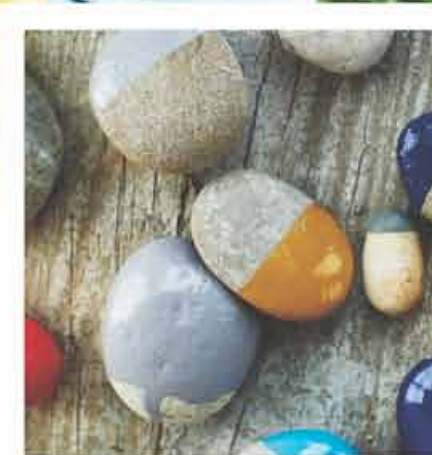
er geoogst in augustus, waarna de plant weer uitloopt en 7 jaar achter elkaar van hetzelfde veld wordt geoogst. Brandnetels groeien dus als onkruid. Onderzoek wijst uit dat brandnetelvezel even sterk, en wel 30 tot 50% lichter, is dan katoen. Wist u dat circa 50% van alle kleding is gemaakt van katoen? En dat katoen veel water nodig heeft tijdens de teelt? Ook wordt er vaak buitensporig gespoten met chemicaliën. De brandnetel daarentegen wordt in Europa verwerkt in een mens- en milieuvriendelijk fabricageproces.

Stinging Nettle fashion - prikkelend mooi
Netl is een oer-Hollands, fashion forward label. De designs zijn puur, het gekozen materiaal, de brandnetel, eigenzinnig. Aan de basis liggen de eigen brandnetelplantages die unieke vezels opleveren, geschikt voor de mooiste creaties. De warme, kleurrijke knitwear is een mix van katoen en brandnetel. Eén van de eigenschappen van 'stinging nettle' is dat de kleur fantastisch wordt geabsorbeerd, waardoor het kleurenpalet intense proporties aanneemt. Stoere mannen en vrouwen kunnen hun hart ophalen met de brandnetel jeans, dames dragen de soepel vallende shirts als een tweede huid. Nieuwsgierig? De kleding hangt in de winkel op het terrein.



Hole in one

De 18 holes Pitch&Putt Golfbaan bij Netl Park is voor menig golfer dé perfecte plek om het hoofd helemaal leeg te krijgen. Pitch&Putt is een uitdagende en afwisselende vorm van shortgolf. Van de afslag tot de vlag varieert de lengte van de holes tussen 30 en 70 meter. Door deze 'kleine' afstanden is het spel geschikt voor iedereen en is het voor zowel de beginnende als de gevorderde golfer een uitdaging om binnen 'par' de baan te verlaten.



Netl Park

De spirit van Netl vind je overal terug, in de mooie producten, de kruidenvelden, de strandjes, het restaurant én tijdens de vele livemuziek optredens. Het is mogelijk om op Netl te blijven slapen in één van de pionierswoningen. Het recreatiepark heeft romantische arrangementen voor geliefden, maar ook actieve bezigheden voor groepen. Het menu in het gezellige restaurant verandert met de jaargetijden mee. Alleen pure en eerlijke seizoensproducten krijgen een



plaatsje op de kaart. Het vlees is biologisch en komt uit de regio, visliefhebbers komen aan hun trekken met dagverse vis van afslag Lauwersoog. Daarnaast is er een ruime keuze aan vegetarische gerechten. Vlakbij het strandpaviljoen ligt een biologische groente- en kruidentuin. De koks stappen zo de keuken uit om sla te oogsten of geurige kruiden te plukken. Tijdens koude dagen zorgt de houtkachel voor een gezellige sfeer in het restaurant.

bonVito Loyalty

Gasten binden was nog nooit zo makkelijk



De introductie van bonVito Loyalty kende een vliegende start. De jury van de Horecava Innovation Award beloonde het unieke webbased loyalty systeem met een Award in de categorie Equipment & Services. Vele ondernemers zijn inmiddels overtuigd dat bonVito Loyalty voor relatiemarketing een absolute musthave is. Voordelen zijn onder andere het proactieve relatiebeheer en de onafhankelijkheid van de werkplek. Voor een vast bedrag per maand of per transactie maakt de ondernemer al gebruik van bonVito Loyalty.

Tekst Remco Eijnsink

Foto Grand Café De Twee Wezen



Roderick Mintjens, bedrijfsleider van Grand Café De Twee Wezen in Hengelo, is één van de ondernemers die gelijk enthousiast raakte over de mogelijkheden van bonVito Loyalty: 'Voor ons is het de perfecte manier om gericht acties bij gasten onder de aandacht te brengen. In augustus 2012 bestond onze zaak 5 jaar. We hebben dit een week lang gevierd met allerlei acties. Het was gelijk duidelijk dat dit ook hét moment was om bonVito Loyalty bij onze gasten te introduceren'. Roderick vertelt verder: 'De bonVito Loyalty klantenpas hebben we omgedoopt tot Vriendenpas. De pas is door ons zelf ontworpen en daardoor matcht deze perfect met onze huisstijl. Tijdens de feestweek zijn we de Vriendenpas gratis gaan verstrekken aan onze gasten. Op iedere pas zat één gratis consumptie en in samenwerking met onze leveranciers hebben we gratis kopjes koffie en likeurtjes weggegeven. Onder alle gasten die de pas in de feestweek registreerden hebben we nog een diner, high tea en high wine verloot. We hadden immers de NAW-gegevens van deze gasten en konden daardoor heel gemakkelijk een aantal gasten met een arrangement verblijden.'

bonVito Loyalty beschikt ook nog over andere modules. Een veel gebruikte module is de stempelkaart. Een gast ontvangt bijvoorbeeld bij een besteding van € 10,- een stempel. Bij een volle stempelkaart is een eerstvolgend actieartikel gratis. Of bij de aankoop van 10 bierjes is het 11e glas gratis. Stempelkaarten kunnen ook anoniem worden ingesteld. Deze zijn dan voorzien van een unieke eenmalig uitgegeven 2D barcode. Roderick verwacht op korte termijn bonVito Loyalty bij De Twee Wezen ook uit te breiden met de stempelkaart: 'Voor ons is dat een interessante module. We zijn er over in gesprek. De invoer van de Vriendenpas heeft aangetoond dat onze gasten sparen interessant vinden. Zo is de totale omzet op de passen de afgelopen maand verdubbeld. Kortingen sparen met een stempelkaart zal de omzet ongetwijfeld verder doen stijgen'.

De bonVito Loyalty klantenpas hebben we omgedoopt tot Vriendenpas

De volledige CRM toepassing voor SMS, Facebook, Twitter en direct mailing maakt het mogelijk gemakkelijk en snel gerichte aanbiedingen te doen aan het gehele relatiebestand of een vooraf geselecteerd deel. Bij De Twee Wezen wordt voornamelijk gebruik gemaakt van direct mailing. Roderick legt uit: 'We zien het eigenlijk als een korte nieuwsbrief. Maandelijks brengen we deze uit, met kortingen op speciaal geselecteerde producten. Ook is het een ideale manier om bijvoorbeeld gewijzigde openingstijden onder de aandacht te brengen.' Daarnaast biedt het gebruik van de klantenpas voor de ondernemer tal van extra mogelijkheden als de uitgifte van cadeaukaarten, geldstorten op de pas en punten sparen.



'We hebben grote stappen gezet'

Bestuursvoorzitter Prof. Dr. Spaan van het Jeroen Bosch Ziekenhuis

Een ziekenhuis is als organisatie nergens mee te vergelijken. Een organisatie waar strakke efficiency en economische aspecten voortdurend gecombineerd moeten worden met optimale zorg voor de patiënt. Een lastige spagaat, zeker in een tijd waarin de zorg onder zware financiële druk staat. Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) lijkt dan een schier onmogelijke missie. Toch niet, zegt Prof. Dr. W.J.M. Spaan, voorzitter van de Raad van Bestuur van het Jeroen Bosch Ziekenhuis in Den Bosch. "Optimale zorg bieden en continueren, dat heeft alles te maken met duurzaamheid, met maatschappelijk verantwoord ondernemen."

Tekst Erwin Gevers

Foto Jeroen Bosch Ziekenhuis

Het Jeroen Bosch Ziekenhuis, kortweg JBZ, behoort tot één van de grootste ziekenhuizen van ons land. Per jaar zijn er meer dan 500.000 poliklinische bezoeken en ruim 60.000 ziekenhuisopnames. Met 4.000 medewerkers en 240 medisch specialisten is het de grootste werkgever in de regio. Het JBZ kan bogen op een uitstekende naam en imago. Ook als gerenommeerd opleidings- en onderzoeksinstituut met speerpunten zoals oncologie, afweer en infecties. Binnen de muren worden jaarlijks 350 co-assistenten en circa 90 arts-assistenten opgeleid tot specialist. Een ziekenhuis dat bovendien een lange historie kent, die al begint in 1274 toen voor

de eerste keer het Groot Gasthuis werd vermeld in de Bossche geschiedschrijving. Bij dit alles is het toch een ziekenhuis gebleven van en voor de bevolking van stad en omgeving, zegt Willy Spaan: "De mensen zijn betrokken, bemoeien zich ermee. Je merkt aan alles dat het hún ziekenhuis is. Bij de voorbereidingen en tijdens de nieuwbouw kwamen er dankzij de Vrienden van het Jeroen Bosch Ziekenhuis vanuit de bevolking en het bedrijfsleven giften, waarmee veel extra is gedaan: in de aankleding, met kunst, de kinderafdeling huiselijker maken. Het symboliseert hoe men zich met dit ziekenhuis associeert."





Binnen het JBZ is maatschappelijk verantwoord ondernemen een speerpunt

Transparant

De eerste werkdag van Willy Spaan was bijzonder: op die dag in oktober 2007 werd de eerste paal geslagen voor de nieuwbouw. In april 2011 werden de eerste patiënten ontvangen. Een imposant groot ziekenhuis, dat door de uitgekende architectuur die massaliteit niet uitstraalt. "Het is een kolossaal gebouw, maar binnen is het kleinschalig. De boulevard, waar je in loopt, doet in niets denken aan een ziekenhuis. Het is transparant met overal uitzicht naar buiten en naar de binnentuinen. De bezoekers worden via grote schermen verwezen naar de verschillende afdelingen. Je ziet pas een witte jas als je in de onderzoekskamer bent." Binnen het JBZ is maatschappelijk verantwoord ondernemen een speerpunt.

Een uitdagend speerpunt maar, zoals de bestuursvoorzitter het kernachtig omschrijft 'ook best lastig': "Lastig, omdat de praktijk weerbarstig kan zijn. Dit gebouw is ontworpen als een papierarm ziekenhuis. De patiëntendossiers, de poliklinische verslagen; het is een enorm verkeer van papier. Een verspilling van tijd, werk en papier eigenlijk. Iedereen kent de karretjes met dossiers die door de gangen gaan. Wij willen daarvan af, door een andere inrichting van de back- en front-office en door de digitale snelweg te nemen. Maar dat is tot op heden niet gelukt. We hebben daar wellicht een al te grote broek aangetrokken. De reden? Een onderschatting van de complexiteit en de ontwikkeling van de software die dat mogelijk maakt." Op het gebied van klimaatbeheersing is wel

het nodige bereikt. We maken bijvoorbeeld gebruik van een ingenieus warmte-koude opslagsysteem waardoor het totale energieverbruik flink is afgenomen. Bovendien maken we nu minder gebruik van aardgas dat eindig is, en meer gebruik van andere energiebronnen. Een ander MVO gerelateerd voornemen was het parkeerbeleid: "We hadden verwacht dat de bezoekers de auto zouden laten staan en per openbaar vervoer zouden komen. Daar loopt men helaas niet warm voor. Frustreert dat? Nee, het is de realiteit. Als het om maatschappelijk verantwoord ondernemen gaat en om duurzaamheid, moet je dat stap voor stap uitdragen. Die dingen hebben tijd nodig. Tussen dromen en daden, staan wetten en praktische bezwaren, zo is het nu eenmaal."

Bereidheid mee te denken

Niettemin is de discussie op gang gebracht binnen het ziekenhuis. Er wordt over nagedacht, quick wins worden gezocht en zodra betrokkenen merken dat er voordeel is, kan het ook in praktijk worden gebracht, constateert Willy Spaan: "Neem zoals onze afvalproblematiek: een ziekenhuis produceert ongelooflijk veel afval. Als we mensen een halve dag laten meelopen met iemand die dat afval ophaalt en verwerkt, dat wordt men zich daarvan bewust en ontstaat bereidheid daarin mee te denken."

De gedachte dat een ziekenhuis er vooral is voor de zorg van de patiënten en de gezondheid, kan leiden tot de gedachte dat MVO en duurzaamheid een lagere prioriteit heeft. Integendeel, zegt Willy Spaan: "Juist dan is het van belang. Iedereen in de zorg is verantwoordelijk voor de continuïteit van de kwaliteit van de zorg, voor de gezondheid. Een betere vorm van duurzaamheid kun je nauwelijks bedenken!" Om de doelen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen/duurzaamheid te bereiken, heeft het JBZ gekozen voor zes kwaliteitsdimensies: veilige zorg, patiëntgerichte zorg, effectieve zorg, efficiënte (doelmatige) zorg, tijdige zorg en gelijkheid van zorg. "Aan deze zes dimensies toetsen wij voortdurend de kwaliteit van onze zorg. Wat wij ermee willen bereiken is dat wij tegen lagere kosten, optimale zorg kunnen blijven bieden. En dat is duurzaamheid", aldus Willy Spaan, die een element eruit haalt: "Ik was ooit op bezoek bij de beroemde Mayo Clinic in Rochester in de VS. In de gang stond een schoonmaker fluitend de vloer te dweilen. Ik vroeg hem waarom hij hier werkte en bijvoorbeeld niet in het luxe hotel naast het ziekenhuis. Hij zei dat hij hier met zijn werk een bijdrage leverde aan het leven en de gezondheid van patiënten. Hij voelde zich dus

een spil in het geheel. Dat heeft mij destijds diep getroffen. Mensen, ook de schoonmaker, moeten zich binnen dit ziekenhuis welkom voelen, gewaardeerd worden. Dat is ook kwaliteit, dat is óók duurzaamheid. Dat alles zit in onze zes kwaliteitsdimensies opgeborgen. Wellicht niet toevallig is Asito onze partner, een schoonmaakbedrijf dat duurzaamheid tot kern van het beleid heeft gemaakt." Een vastomlijnd programma noemt Willy Spaan het niet: "Het is een kwestie van voortdurend aandacht geven. Er over praten met iedereen, van de specialist tot de secretaresse, de verpleegkundigen en de patiënten. Het is niet zo dat je zoiets bereikt in een paar jaar, maar ik durf wel te stellen dat wij met die dimensies en de grote aandacht die we eraan geven, grote stappen hebben gezet."

Liefde voor het werk

Dat daarbij de forse bezuinigingen in de zorg een kink in de kabel kunnen zijn, daar wil Willy Spaan niet aan: "Duurzaamheid betekent ook duurzame relaties met je medewerkers. We moeten bezuinigen maar ons uitgangspunt is dat we niemand ontslaan. Mensen die in de zorg werken zijn mensen met liefde voor dat werk. Men is tevreden als men dat werk goed kan doen, maar dan moeten er wel de

juiste voorwaarden voor zijn. We willen dat de medewerkers gewaardeerd worden en dat er een stabiele relatie wordt opgebouwd. Dat is een absolute voorwaarde. Als Raad van Bestuur geven wij daar met ons drieën veel aandacht aan. We lopen onze rondes, praten met de mensen op de werkvloer." De uitdagingen, de aandacht voor de mens, zowel patiënt als medewerker, de focus op kwaliteit en duurzaamheid; het vormt de basis voor de toekomst. Willy Spaan schetst de contouren: "We moeten er rekening mee houden dat dit ziekenhuis over een aantal jaren een flink aantal bedden kleiner is. De behandeltechnieken zijn enorm ver, de acute zorg is state of the art. We gaan ons steeds meer richten op de gezondheid buiten dit gebouw. Onze specialisten zullen in de toekomst juist buiten de muren actief zijn. Dit is dan geen bolwerk meer van witte jassen, maar krijgt een andere maatschappelijke functie. Met name dan gericht op de meest kwetsbaren in de samenleving, want dat zal in de toekomst de groep zijn die de zorg van het ziekenhuis het meest nodig heeft." En wat is dan tot slot het ideaal beeld voor de bestuursvoorzitter? "Dat als je dan in het ziekenhuis komt, je daar een schoonmaker tegenkomt die fluitend de vloer dweilt. En zich net zo verantwoordelijk voelt voor die patiënt. Dat is de visie."



Wachten is ook verspilling

"Maatschappelijk verantwoord ondernemen begint voor ons bij de inkoop. Wij selecteren leveranciers die daarin mee kunnen gaan. Maar dat de wachttijden in ons bedrijfsrestaurant bij het afrekenen zijn geminimaliseerd, dat is net zo goed MVO. Wachten is immers ook verspilling...van tijd", aldus Toon Alders, Unithoofd Voeding & Catering van het JBZ. Met een team van 125 mensen is Toon Alders verantwoordelijk voor de dagelijkse voeding van de 500 tot 800 patiënten, het personeelsrestaurant en de catering van de circa 12.000 vergaderingen, jubilea etc. De maaltijden worden bereid in de keukens van het JBZ zelf. Een bewuste keuze, zeg Toon Alders: "We zijn klantgericht en willen kwaliteit bieden. Daarom produceren wij veel zelf, omdat wij dan die kwaliteit zelf in de hand hebben. En natuurlijk: onze koks leggen hun ziel en zaligheid in hun vak." Het personeelsrestaurant, waar op de topdagen zo'n 1.150 mensen een maaltijd nuttigen, is volledig zelfbediening. De inrichting is gevarieerd en de keuze is breed: van een broodje tot direct door de kok bereide eenpansgerechten. Het afrekenen gebeurt bij onbemande kassa's met een eigen pas. Toon Alders: "Er zijn 9 onbemande kassa's en dankzij dit systeem zijn er geen wachttijden."



De combinatie van factoren
die alles mogelijk maakt
Fly with us!



Bent u op zoek naar de beste combinatie van factoren die alles mogelijk maakt op het gebied van Direct Mail, E - Fulfilment en Co packing? Bent u op zoek naar de beste prijzen? Dan heten we u van harte welkom bij De Brink, het Twentse bedrijf dat zich al sinds 1987 flexibel en klantvriendelijk opstelt om net dat stapje meer te kunnen zetten.

Niet bureaucratisch en groot, wel eerlijke Twentse nuchterheid. En voortdurend op zoek naar de beste oplossingen die u als klant het grootste voordeel opleveren. Zo kunnen we u bijvoorbeeld superlage portotarieven aanbieden.

Onze kracht is de combinatie van onze werkzaamheden, deze levert u het grootste voordeel op. Daar mag u ons aan houden, elke keer opnieuw!

IT Matters

Duurzaam Ondernemen: milieu, medewerkers, maatschappij én rendement

Heb ik onder een steen gelegen de afgelopen jaren? Was de discussie over het duurzaam ondernemen geheel aan mij voorbij gegaan of wilde ik überhaupt niet aan de discussie meedoen? Is het net zo onzinnig als Twitter of LinkedIn?

Gelukkig kon de digitale snelweg mij vrij snel van informatie voorzien over het thema. De site van MKB Nederland gaf informatie die voor mij als autodidact begrijpelijk en concreet overkwam. Daarnaast wilde ik mijn verstandelijke vermogen natuurlijk aan een test onderwerpen. Was ik nou zo stom of.....? Ben ik niet betrokken bij de maatschappij? Interesseert het milieu mij niet? Ben ik wel een ondernemer?

Dezelfde site gaf antwoord op al mijn vragen. Gelukkig hebben Duurzaam Ondernemen en Gastvrijheid heel veel raakvlakken en zijn ze een hot issue in het bedrijfsleven. Ze zijn veel meer dan functioneel handelen alleen. Het gaat grotendeels om gedrag. Misschien wel gastvrij gedrag. 'Je bent namelijk te gast op deze aarde' zei een collega ooit tegen mij. Als gastvrijheid dan betekent dat je respect moet hebben voor mensen en de omgeving, en dat je je gasten, bezoekers en vreemdelingen moet ontvangen en onderhouden in vrijheid en goede wil, dan is Duurzaam Ondernemen eigenlijk gewoon Gastvrij Ondernemen. En dat snap ik, want daar ben ik inmiddels wel een specialist in.

Vanuit dat oogpunt moet je AANDACHT hebben voor Duurzaam Ondernemen en gastvrijheid. Neem het op in inwerkprogramma's, het dagelijkse werk, trainingen, functionerings- en beoordelingsgesprekken. Leg uit hoe je aandacht kan hebben voor Duurzaam Ondernemen en gastvrijheid. Geef gasten, medewerkers, collega's en opdrachtgevers aandacht. En iedereen (milieu en mensen) bloeit op. Het is leuk en kost helemaal niets. Aandacht geven en ontvangen maakt je blij. Het is niet moeilijk, maar je moet het wel doen.

Integreer de milieuzorg in al uw activiteiten door bijvoorbeeld afspraken te maken met uw leveranciers en de verantwoordelijkheid neer te leggen bij uw medewerkers.

Maar dit deed ik toch al? Waarom moeten we weer van alles optuigen voor iets wat heel normaal is? Duurzaam Ondernemen & gastvrijheid zijn geen exacte vakken, aandacht geven geen 'methode'. Nooit geweest.

De beste aandacht komt uit het hart, op het moment dat de mens of het milieu het idee heeft dat hij oprecht, authentiek en persoonlijk is. Je herkent ze namelijk feilloos: mensen die uit en te na getraind zijn en volgestouwd met instructies over Duurzaam Ondernemen en Gastvrijheid. Geen begrip dat de laatste tijd zo uitgediept en doorgeanalyseerd is als Duurzaam Ondernemen en gastvrijheidsverlening. Maar 'theorieën en concepten' maken geen betere professionals, eerder onzekere professionals. Dus maak het klein en praktisch. En Doe Maar Normaal Dan Doe Je Al Gastvrij Genoeg. Dat is niet ouderwets, maar actueler dan ooit. Nu nog even uitleggen dat Duurzaam Ondernemen heel NORMAAL is.

Sterker nog: IT Matters.



Milo Berlijn
Gastvrijheidsspecialist

MyOrder

Dé bestel- en betaaloplossing voor de smartphone



De smartphone is inmiddels niet meer weg te denken uit onze samenleving. Voor 5,5 miljoen gebruikers in Nederland is het gemeengoed. Van deze groep gebruiken meer dan 1 miljoen mensen de smartphone ook al als betaalmiddel.

Tekst Remco Eijnsink

Foto MyOrder

De enorme groeipotentie is voor Rabobank en Eijnsink Afrekeningsystemen een belangrijke reden geweest om, naast oprichter Thomas Brinkman, aandeelhouder te worden van MyOrder. MyOrder is een mobiele bestel- en betaaloplossing. Daar zit ook gelijk het unieke van het product ten opzichte van andere mobiele betaalsystemen, het faciliteert zowel bestellen als betalen. Het product werd in 2009 bedacht door Thomas Brinkman. Met de gratis mobiele MyOrder app wordt momenteel door ruim 150.000 gebruikers betaald bij 4.000 locaties. MyOrder heeft snel schaalgroottes kunnen realiseren door al in het beginstadium strategische samenwerking te zoeken met partners als Rabobank en Eijnsink Afrekeningsystemen. Zonder samenwerking met deze grote partijen was het niet gelukt, aldus Thomas Brinkman. Om verdere groei te realiseren zal Rabobank de komende jaren enkele miljoenen investeren in de verdere ontwikkeling van MyOrder.



Puur gemak

MyOrder speelt qua bedieningsgemak en snelheid in op de behoeften van de kritische consument. De MyOrder app is gekoppeld aan de virtuele portemonnee MiniTix. Nadat het tegoed via iDEAL, een creditcard of PayPal is opgewaarderd kan het gebruikt worden om bijvoorbeeld eten en drinken te bestellen. In de app voert de gebruiker de bestelling en het tafelnummer in, betaalt en wacht op de bestelling. Daarnaast biedt de app tal van andere mogelijkheden zoals het betalen van parkeergeld en het bestellen en afrekenen van bioscoopkaartjes. Geen kleingeld meer nodig om te parkeren en niet meer in de rij voor een bioscoopkaartje.

Integratie met kassasysteem

MyOrder is eenvoudig te integreren in kassasystemen van Eijnsink. Dit betekent dat de MyOrder menukaarten via het kassasysteem up-to-date gehouden worden. Nadat de gast zijn bestelling heeft voltooid wordt de bestelling volledig in het kassasysteem opgenomen. Vervolgens wordt via de kassa een bar- en/of keukenbon geprint. Het bedienend personeel verzorgt de bestelling.

Voordelen voor ondernemers

Voor een ondernemer is MyOrder een goede aanvulling op de huidige betaalmogelijkheden en vormt het een extra verkoopkanaal. Daarnaast is het een veilige manier van betalen doordat geen gebruik wordt gemaakt van contant geld. Bestellingen zijn direct betaald en een efficiënte manier van werken wordt bevorderd. Thomas Brinkman vertelt: 'Contant geld is duur. Je moet het tellen en je hebt de kans op kasverschillen. En in het geval van horecabedrijven breng je met MyOrder tevens het aantal handelingen per bestelling terug. Daardoor ga je efficiënter werken en kun je het dus met minder mensen af. En personeel is de grootste kostenpost!'

Innovatieve QR-code toepassing

De MyOrder app is recent uitgebreid met de optie om QR-codes te scannen. Producten kunnen worden besteld en afgerekend door het scannen van deze codes. De uitbreiding maakt een nieuwe manier van winkelen mogelijk, het 'billboard shoppen'. QR-codes worden geplaatst op reclameposters en advertenties in bijvoorbeeld etalages of atri's. Voor organisaties als theaters, pretparken en poppodia biedt deze ontwikkeling geweldige kansen om de kaartverkoop te stimuleren. Via dit innovatieve kaartverkoopsysteem kunnen bezoekers toegangskarten bestellen. Na betaling ontvangt de bezoeker het toegangskartje op de smartphone. Wachten voor de kassa om een kaartje op te halen is daarmee verleden tijd. Promotie, ticketverkoop, mobiel betalen en entree in één!





Ton Schulten

en zijn museum

Een kathedraal van kunst en licht

Het wordt zonder twijfel een gedenkwaardige dag: 25 april 2013. Niet alleen omdat Ton Schulten dan 75 jaar wordt, maar ook, of misschien wel vooral, omdat dan zijn nieuwe museum wordt geopend: Museum Ton Schulten. Gebouwd in het centrum van zijn geliefde Ootmarsum. Een museum als een kathedraal van kunst en licht. Zijn magnum opus. Een kroon op het levenswerk van Ton Schulten en zijn vrouw Ank. "Dit alles is nooit de bedoeling geweest. Ik wilde gewoon vrijheid. Maar juist die vrijheid is de basis van het succes geworden."

Tekst Erwin Gevers
Foto Frank Visschedijk





Schulten is een kind van Ootmarsum. De bakkerszoon ontwikkelde zijn creatieve talenten al op jonge leeftijd. Hij werkte na zijn academische opleiding bij reclamebureau De Zuil. Later begon hij een succesvol reclamebureau in zijn geboorteplaats, die hij sindsdien nooit meer heeft verlaten. Verknocht is hij aan het stadje; zozeer zelfs dat hij persoonlijk de restauratie van enkele panden ter hand nam. En nog steeds heeft hij altijd een plastic zakje bij zich om rommel van de straat op te rapen. "Dat kan ik niet aanzien, dat ruim ik op. Daar is Ootmarsum te mooi voor. Ik hou van de stad en de omgeving. Ik wil hier nooit weg."

Het is juist die omgeving die hem boeit. Met zijn, na Ank, tweede grote liefde, de onstuimige Berner Sennen-hond Trui dwaalt hij door het Twentse coulissenlandschap. Het golvende land, de houtwallen, de kerk en de kroeg bij elkaar in de dorpjes; het biedt een onuitputtelijke bron van inspiratie, hetgeen zich heeft vertaald in de typische Ton Schulten-stijl. In felle, bijna hallucinerende, kleuren zet hij zijn werk op. Het landschap vertalend in een vrijwel mathematische vlakverdeling. En vooral het licht, dat van elk werk van Schulten afspat. Hij weet het nog:

"Toen ik begon was het schilderen vooral ontdekken. Zoeken naar eigen signatuur. Ik vond lang niet alles mooi wat ik maakte maar het was die vrijheid. Ik hoefde niet te tekenen voor een opdrachtgever, ik bepaalde zelf wat ik ging doen. Dat was prachtig. Op een gegeven moment, in 1991, had ik het te pakken. Een groot doek, ik weet het nog goed. Het was er in één keer, dat schilderen, dat was ik. Blij als een kind. Ik ben mijn atelier uitgerend naar Ank: Ik heb het, ik ben het!"

In felle, bijna
hallucinerende,
kleuren zet hij zijn
werk op





De Ton Schulten-stijl heeft zich ontwikkeld tot een succes en werd door de Duitse kunsthistoricus Hartmut Rau in 2004 tijdens een expositie in een museum te Berlijn erkend als een nieuwe stroming in de schilderkunst: het Consensisme, het visualiseren van het gevoel van overeenstemming en harmonie. De schaduwkant van het succes is er ook. Kunstcritici verguisden zijn werk en zijn stijl werd nagemaakt, soms zelfs tot in details gekopieerd. "Dat heeft pijn gedaan, maar ik ben er overheen gegroeid. Als een ander je werk namaakt, kijk, dat is een eer. Maar als een criticus je werk verguisd om het feit dat je succesvol bent als kunstenaar, dat is vals, dat is niet eerlijk. Kom dan met open vizier naar mij toe, praat er met mij over. Maar nogmaals, ik ben er overheen gegroeid. Ik weet gewoon dat ik een goede kunstenaar ben, een kunstenaar met levenservaring. Wat ze van me zeggen interesseert me niet."

Schulten's werk wordt over de hele wereld geëxposeerd. Zijn werk hangt in musea. Zijn kunstkalenders, uitgegeven door de toonaangevende Duitse uitgeverij teNeues, behoren wereldwijd tot de best verkochte. Galerie Chez-Moi Ton Schulten, waar telkens nieuw werk hangt van Ton, is een bedevaartsoort voor liefhebbers. Hijzelf aanschouwt het allemaal van een afstand. Zijn prioriteiten zijn schilderen, een korenwijnkje op het terras van zijn geliefde brasserie en wandelen met de hond. Vooral dat schilderen, telkens dat kale witte doek. "Nee, dat is geen strijd. Dat is iedere keer weer een ontdekking. Wat er uit je vingers vloeit, hoe dat schilderij zich ontwikkelt voor je ogen. Die creativiteit, de compositie, de kleuren, de inspiratie uit de natuur die je uitleeft op het doek. Het verveelt nooit."



We hebben Ootmarsum iets moois gegeven en dat wordt ook gewaardeerd

En dan zijn er ook doeken bij die hij niet weg doet. Voor nog geen half miljoen, voegt hij eraan toe. Doeken die zo groot zijn dat er zelfs een nieuw museum voor wordt gebouwd, omdat het bestaande museum onvoldoende ruimte biedt. Een miljoenenproject is het geworden, daar midden in het stadje. Ton Schulten ziet uit naar de opening. "Het is veel werk. Voor mij teveel. Ank en ik hebben in Ootmarsum veel gebouwd, gerenoveerd. Maar dit is wel iets anders, ja. Ik sta er nu wat meer buiten, er zijn mensen die het project begeleiden. Dat is beter zo. Het interieur neem ik zelf voor mijn rekening. Ik zie nu al hoe het ingericht wordt. Waar straks de doeken komen te hangen, dat weet ik nu al precies."

Hij vervolgt: "Het wordt misschien niet het grootste maar wel het mooiste museum van Nederland, het is een bekroning op het werk van Ank en mij. We hebben Ootmarsum iets moois gegeven en dat wordt ook gewaardeerd. Het is goed voor de stad. Er hangen straks doeken van mij die nog nooit iemand gezien heeft. Er komt een aparte themazaal met wisselende exposities van nationale en internationale gastkunstenaars. Het wordt een bruisend, cultureel centrum met een restaurant, theater/conferentiezaal en een grote museumwinkel."

Maar als op 26 april de opening achter de rug is en zijn 75e verjaardag is gevierd, dan gaat hij gewoon weer verder in hetzelfde tempo dat hij nu al jaren in stand houdt: een aantal uren schilderen, soms 's nachts, ontbijt maken voor Ank, slapen, wandelen met de hond en het glaasje korenwijn op een terras, vergezeld van sigaar en krant. "Ik ben een gewone jongen gebleven. Zonder dure woorden. En ik hoop dat ik dat met mijn lieve Ank nog lang zo kan houden. Honderd worden, dat is mooi. Maar hoe dan ook: het leven is pas voltooid als je de ogen sluit. Dit alles? Ach, het is nooit de bedoeling geweest. Ik wilde alleen maar schilderen. Vrijheid. Maar uiteindelijk bleek die vrijheid de basis voor ons succes."



HiP

voor elk wat wils



Toen Wilfred Houwen en Daniëlle Steenhuis plannen maakten om een eigen sieraden- en bijouterie winkel te starten, hadden ze een helder beeld voor ogen. 'Het moest een winkel worden waar de klant voor zowel fraaie juwelen als ook mooie bijouterie terecht kon. Wij spreken altijd over een trendshop met uitsluitend hoge kwaliteit in het assortiment. Vormgegeven in goud of zilver, maar ook hoogwaardige bijouxmerken', aldus Wilfred Houwen.

Tekst Lia van der Weide
Foto Eijssink Afrekenystemen

April 2002 gingen de deuren open van de eerste HiP winkel in de Langestraat in Amersfoort. 'Een toplocatie. We zitten in de belangrijkste winkelstraat van deze prachtige binnenstad. Een goede locatie is, naast een smakvolle inrichting, heel erg belangrijk', vult Daniëlle aan. Daniëlle en Wilfred hebben flink aan de weg getimmerd. In augustus 2005 werd de tweede HiP winkel geopend in het Brabantse Uden. Een op zichzelf staande winkel binnen de muren van het trendzettende warenhuis Hout-Brox. 'In november 2012 hebben we winkel nummer drie geopend. Winkelcentrum Corridor in Veenendaal is de thuisbasis voor deze vestiging. Onze huisstijl: trendy, strak en oog voor detail, hebben we ook op deze locatie volledig kunnen doorvoeren. De mooie winkels, de met zorg samengestelde brede collectie én een groep enthousiaste medewerkers; het zijn de ingrediënten voor onze succesvolle formule. Wij zijn trots op waar we op dit moment staan als HiP organisatie.'

HiP werkt vanaf dag één met de oplossing van JUPA. JUPA-software is speciaal ontwikkeld voor de juweliersbranche. Het is dan ook niet vergelijkbaar met een algemeen voorraad-, verkoop- of boekhoudpakket. JUPA is specifiek afgestemd op de juwelierspraktijk en is bedoeld om juweliers te ondersteunen bij alle werkzaamheden die ze in hun vak tegenkomen. Wilfred vervolgt: 'Ik kan bijvoorbeeld mijn eigen certificaten en taxatierapporten aanmaken en digitale foto's koppelen aan reparatieopdrachten.

Maar JUPA kan ook op elk gewenst moment een helder en up-to-date inzicht geven in de business. Klantenbeheer, verkoopanalyse, kostenontwikkelingen – om er maar een paar te noemen – zijn zaken die het rendement van mijn zaak bepalen. JUPA zorgt ervoor dat ik juist de grote lijnen niet uit het oog verlies. Daniëlle vult aan: 'Nu we de administratie, inkoop en planning van drie winkels organiseren, is het van belang realtime inzicht te hebben in de verkopen en voorraden per vestiging. Ook hierin is JUPA van onschatbare waarde.'

Een groep softwareontwikkelaars is verantwoordelijk voor de goede werking van JUPA én voor nieuwe ontwikkelingen in dit softwarepakket. Recentelijk is de 'cadeaubon en tegoedbon' toegevoegd als nieuwe functionaliteit. 'Als ondernemer willen we graag inzicht in het aantal openstaande cadeaubon en tegoedbonnen. Nu weten we exact hoeveel kapitaal er in verschillende keukenlaatjes ligt. Niet geheel onbelangrijk volgens ons,' zo sluit het ondernemerskoppel af.

Nu weten we exact hoeveel kapitaal er in verschillende keukenlaatjes ligt



Hoe ver moet je reizen om stilte te horen, waar is het 's nachts nog écht donker?

Landgoed De Holtweijde in Lattrop



Landgoed De Holtweijde ligt verscholen in het groene landschap van Twente. Tussen de bomen en grenzend aan de weilanden zijn privacy en wellness de sleutelwoorden! De stoere Twentse omgeving biedt vele mogelijkheden om, romantisch met z'n tweeën of in familieverband, te onthaasten. Heerlijk actief en sportief of juist genietend van rust en ontspanning.

Tekst Lia van der Woude
Foto Landgoed De Holtweijde

Het 10 hectare grote landgoed biedt een vier-sterren hotel met luxe suites, ruime vergaderzalen, een (h)eerlijke keuken en een sfeervol ingericht restaurant. De gasten kunnen gebruik maken van uitgebreide sportfaciliteiten zoals een Cardio & Kinesis studio, putting & pitching greens, een driving range en het gerenommeerde Health & Wellness Center. Een duik in het 20 meter lange zwembad, dat is uitgeroepen tot het mooiste hotelzwembad van Nederland en is uitgevoerd met masserende stralen en bruisfonteinen, is zeker de moeite waard. Dat er ook een snelbruiner, een Turks stoombad, een sauna en tennisbanen zijn, maakt van de Holtweijde een hotel waar je moeiteloos meerdere dagen kunt verblijven.

Meegaan met de tijd, maar behouden wat goed is

Sinds Marcel en Marlies Vlek in 2007 het stokje overnamen van de vorige eigenaren is het hotel op vele fronten vernieuwd. Onder het motto 'meegaan met de tijd, maar behouden wat goed is', werd de verandering in gang gezet. Het restaurant onderging een metamorfose maar de karakteristieke elementen bleven bewaard. Het resultaat: een ruimte vol sfeer, stijl en traditie, maar tegelijk met een eigentijdse uitstraling. De vernieuwde Health & Wellness vleugel brengt in een bijzondere omgeving lichaam en geest in balans.

Met deze aanpassing behoort het Health & Wellness Center van De Holtweijde tot de toonaangevende instituten in de wellnessbranche. 'Lifestyle wellness is een trend waarbij we onze gasten diverse programma's bieden op het gebied van voeding, beweging en gezondheid om hen te helpen hun leefpatronen te veranderen. Hiervoor is een aantal medewerkers speciaal opgeleid', aldus directeur Marlies Vlek. Eén of meerdere dagen verwend worden in deze ongedwongen en relaxte sfeer, geeft de romantiek van het goede buitenleven nog meer allure.

Medio 2012 werd Landgoed De Holtweijde uitgeroepen tot winnaar van de Innovatie Award 2012 door vakblad Misset Horeca. Het landgoed kreeg de prijs uitgereikt voor de ingebruikname van een houtsnipperverwarmingsinstallatie. Daarmee heeft De Holtweijde de primeur binnen de Nederlandse hotellerie. Sinds april 2011 vindt de verwarming van het hoofdgebouw en het zwembad evenals de warmwatervoorziening van het grote landgoed geheel plaats met gestookte houtsnippers. 'De Innovatie Award is een erkenning van een bewust beleid om zoveel mogelijk maatschappelijk verantwoord te ondernemen (MVO)', aldus Marcel Vlek.



Contactloos mobiel betalen via NFC

Veilig, snel en multi-inzetbaar



Pascal Vincken
Directeur CCV

Binnenkort kan er op een andere manier betaald worden. Door toepassing van NFC (Near Field Communication) krijgt iedereen de mogelijkheid om contactloos met een bankkaart of mobiele telefoon te betalen, vertelt directeur Pascal Vincken van CCV, leverancier van betaaloplossingen. Wat betekent dit voor ondernemers?

Tekst Pascal Vincken
Foto CCV



Wat is NFC en is dit hetzelfde als mobiel betalen?

"Ja en nee. NFC maakt onder andere contactloze betalingen met de mobiele telefoon mogelijk. In die zin is NFC betalen gelijk aan mobiel betalen. Maar mobiel betalen gaat verder dan NFC. Denk aan betalingen vanuit een website op de smartphone (remote payment), bankieren via de mobiele telefoon (mobile banking) of betalen per sms (sms payment). Wij menen dat NFC betalen in bijvoorbeeld retail en horeca de meeste voordelen biedt voor zowel ondernemer als consument."

Gaat de bankkaart volledig verdwijnen?

"Uiteindelijk vermoeden wij dat de bankkaart volledig verdwijnt en wordt opgenomen

in de mobiele telefoon. Dit laat echter nog even op zich wachten. Voorlopig kiest de consument de voor hem/haar meest prettige betaalmethode. Geen verplichtingen dus. Een aantal grote banken heeft gemeld medio 2013 grootschalig contactloze bankkaarten te gaan uitgeven. Zo hebben consumenten zelf de keuze tussen contactrijk (zoals nu) en contactloos betalen."

Wanneer kunnen we mobiel gaan betalen?

"De uitrol van NFC betalen is afhankelijk van diverse factoren. Allereerst heeft de consument voor mobiele betalingen een telefoon met NFC nodig. Mobiele operatoren denken dat ongeveer 90% van de verkochte telefoons in 2013 NFC-technologie heeft.

Verder moeten banken, naast bestaande betaalkaarten, eveneens "virtuele" betaalkaarten in de appstore aanbieden, zodat consumenten deze app kunnen downloaden voor hun smartphone. Tenslotte is het aan de ondernemer om de huidige betaalapparatuur in te ruilen voor contactloze apparatuur waarop betaald kan worden met een mobiele telefoon. Verschillende partijen starten dit jaar initiatieven voor mobiel betalen, waaronder een initiatief van de drie grootste Nederlandse banken."

Wat zijn de voordelen voor ondernemer en consument?

"Kleine bedragen worden zonder pincode afgerekend door de telefoon of bankkaart tegen de betaalautomaat aan te tikken. Wij

verwachten dat consumenten deze snellere en eenvoudige betaalwijze gemakkelijker accepteren dan bijvoorbeeld de Chipknip. Bovendien neemt het gebruik van cashgeld flink af. Hierdoor besparen ondernemers niet alleen, maar wordt het ook veiliger."

Welke betaalapparatuur is geschikt?

"Alle nieuwe CCV betaalapparatuur is vanaf het derde kwartaal 2013 geschikt voor NFC betalen. De geïntegreerde (inclusief kassa-koppeling), stand-alone en unattended (selfservice kiosken) modellen hebben een ingebouwde NFC antenne voor probleemloze betalingen met een mobiele telefoon, contactrijke en -loze bankkaarten. Ook deze betaalapparatuur voldoet aan de strenge internationale veiligheidseisen, zoals EMV, PCI en SEPA."

Betalen via NFC en verder?

"Betalen is slechts het begin van mogelijke NFC toepassingen. Loyalty, ticketing en kortingsbonnen zullen ook als contactloos betaalproduct op de markt komen. Daarnaast zal NFC toegepast gaan worden als identificatiemiddel (paspoort, ID-kaart) of toegangsmiddel voor bedrijven. Verder zijn er ideeën voor het starten van de auto. Kortom: alles wat zich momenteel in de broekzak bevindt (huis- en autosleutels, ID-kaart, geld, bankpassen, loyaliteitskaarten, etc.) migreert op den duur naar de mobiele telefoon voor gebruik via NFC. CCV draagt graag actief bij aan deze vooruitstrevende ontwikkelingen, zodat ze haar klanten ook in de toekomst kan blijven ontzorgen!"

Uiteindelijk
vermoeden wij dat
de bankkaart
volledig verdwijnt en
wordt opgenomen in
de mobiele telefoon

Yoghurt Barn

Verantwoord genieten

In de Spaanse stad Sevilla proefden Wouter Staal en zijn vrouw Esther voor het eerst frozen yoghurt en sindsdien liet het idee dit concept naar Nederland te brengen hen niet meer los. Een jaar later is hun idee uitgegroeid tot Yoghurt Barn, een winkel annex lunchroom waar voor biologische zuivel een hoofdrol is weggelegd. Utrecht heeft de primeur van dit nieuwe food-retail concept.

Tekst Remco Eijssink

Foto Yoghurt Barn



Yoghurt en Nederland, het blijkt een speciale connectie. Met 31 liter per persoon per jaar zijn Nederlanders namelijk grootverbruikers. In geen enkel ander Europees land ligt het yoghurtgebruik zo hoog. De Nederlander eet veel yoghurt, maar dit gebeurt allemaal thuis als ontbijt, lunch, tussendoortje of toetje. Er was nog niemand die dit buitenshuis heeft gebracht. Dat doet Yoghurt Barn wel en op een dusdanig bijzondere manier, dat gasten bij ons willen komen genieten. In de Barn zelf, of on-the-go', aldus Wouter Staal.

Het hele jaar culinair genieten

Yoghurt Barn heeft met chef-koks vier yoghurt specials samengesteld. Klanten kunnen hierdoor kiezen uit gegarandeerd verrassende smaakcombinaties. Om de paar maanden worden de specials gewisseld. Zo zijn er specials in de lente, als er andere fruitsoorten beschikbaar komen, en specials in de feestmaanden met bijvoorbeeld speculaassmaak. Er zijn vier verschillende soorten yoghurt, magere, boeren en hangop, maar uiteraard ook een eigen receptuur frozen yoghurt. De yoghurt komt direct van de boer en is biologisch. Daarnaast kunnen gasten zelf een yoghurt combinatie samenstellen door uit één van de vele toppings te kiezen, zoals biologische muesli varianten, peulvruchten of vers gesneden fruit. 'Zo kan iedereen zijn of haar eigen yoghurtfeestje maken', aldus Esther Staal. Zoetekauwen kunnen bij Yoghurt Barn terecht voor brownies, appeltaart en koekjes. Ze zijn met zorg vervaardigd en bieden qua smaak een echte meerwaarde.

Biologisch en duurzaam

Alle zuivel is biologisch en dit wordt zo ver mogelijk doorgevoerd. Duurzaamheid is daarbij een belangrijk speerpunt. Hier zijn de (biologische) partners dan ook op uitgezocht. Yoghurt Barn biedt naast yoghurt ook andere biologische producten als koffie, thee, frisdranken en sappen. Door een directe samenwerking met lokale partners is een band opgebouwd die de productkwaliteit ten goede komt. Ook aan andere aspecten wordt gedacht, zoals bio-afbreekbare to-go bekertjes en toilet papier, LED-verlichting, groene stroom en CO₂-neutraal gas.

Blik op de toekomst

De vestiging in Utrecht biedt plaats aan zo'n 30 gasten. Studenten en ZZP'ers kunnen er gemakkelijk studeren of werken door de gratis WiFi en voldoende stopcontacten. Hiermee wordt een brede doelgroep bereikt. Yoghurt Barn moet een repliceerbaar concept worden. De volgende stap is dan ook het openen van andere Yoghurt Barns in eigen beheer. Vanaf de tweede helft van 2013 is het doel te gaan franchisen in de Randstad. De koffiemarkt dient volgens Wouter Staal als voorbeeld: 'In feite heeft koffie enkele jaren geleden hetzelfde meegemaakt door van de woonkamer naar het rust-en-geniet-momentje buitenshuis te gaan. Hopelijk is dat met yoghurt binnen korte tijd ook zo'.

Alle zuivel is biologisch en dit wordt zo ver mogelijk doorgevoerd



Eijsink Kitchen Manager

Totale controle in de keuken



De keuken is de spil van menig horecabedrijf. Efficiënt keukenmanagement is de sleutel voor succes. Om alle belangrijke processen in de keuken te stroomlijnen is de Eijsink Kitchen Manager ontwikkeld.

Tekst Remco Eijsink



De eenvoudige integratie van de Eijsink Kitchen Manager met het afrekenstelsel maakt dat de opgenomen bestelling in de vorm van een keukenbon digitaal wordt weergegeven in de keuken. De bon wordt op één of meerdere keukenschermen getoond. Is het hoofdgerecht voor tafel 4 al weg? Wanneer moet gestart worden met het nagerecht voor tafel 9? De Eijsink Kitchen Manager geeft antwoord op deze vragen. Het systeem stuurt de keuken aan en waarborgt de kwaliteit. De planning van het bereiden en uitserveren van gerechten wordt tot op de seconde geregeld. De Eijsink Kitchen Manager zorgt ook in grote keukens voor rust door de overzichtelijke logistiek. Door de touchscreen toepassing zijn de

keukenschermen gemakkelijk te bedienen. En niet onbelangrijk; de schermen zijn schok- en waterbestendig.

Gasttevredenheid

Voor gasten is niets vervelender dan onnodig lang wachten op bestelde gerechten of bestellingen voor één tafel die niet gelijktijdig worden uitgeserveerd. Met de Eijsink Keuken Manager is dit verleden tijd. Twee tournedos, één zalmfilet en twee mixed grill? Geen probleem, het systeem plant zodanig dat gerechten voor één tafel ook op exact hetzelfde moment bereid zijn. Bedienend personeel kan de gerechten vervolgens uitserveren en de gasten kunnen gezamenlijk aan het voor-, hoofd- of nagerecht beginnen.



De Miele Campus

Inspiratie, demonstratie en innovatie

Miele & Cie. KG werd opgericht in 1899 en is al sinds dag één een onafhankelijk familiebedrijf. De belangrijkste buitenlandse vestiging van het wereldwijd opererende concern is Miele Nederland. Met een rijke historie van bijna 75 jaar is het bedrijf inmiddels gevestigd op de Miele Campus in Vianen. Prachtig centraal gelegen in ons land. De slogan 'er is geen betere' wordt op de Miele Campus volledig waargemaakt.

Tekst Remco Eijnsink

Foto Miele Nederland



Op de ruim 3.000 m² grote Miele Campus staat de totaalbeleving centraal. Dit geldt voor zowel medewerkers, consumenten als zakelijke gasten. Een gastvrije omgeving waar iedereen zich thuis moet voelen. Campus Manager Frank Visser omschrijft het als volgt: 'Miele is niet alleen een naam, maar vertegenwoordigt een complete wereld. Een wereld van gemak en comfort. Van lekker en gezond koken. Van meer tijd voor elkaar. Ofwel: een wereld van het aangename leven thuis. Het thuisleven. En juist als je bij de Miele Campus naar binnen gaat, is het mijn team van medewerkers die je het gevoel geeft ook bij Miele thuis te zijn.'

Inspirience Centre

Een groot gedeelte van de Miele Campus is ingericht als Inspirience Centre. In deze interactieve showroom draait het om horen, zien en voelen. Al dan niet samen met een adviseur kan een tour worden gemaakt langs afzonderlijke productwerelden, zoals bijvoorbeeld de was-, woon- en kookwereld waar de nieuwste trends, kleuren en designs worden getoond. Hiermee zorgt de tour voor een optimale prikkeling van de zintuigen. Na afloop kan ontspannen worden gegeten in het à la carte restaurant.

Culinary Institute

Liefhebbers van koken en lekker eten komen volledig aan hun trekken in het Culinary Institute. Consumenten kunnen hier deelnemen aan culinaire workshops onder leiding van professionele koks. Zo kan er kennis worden gemaakt met de smaken en kooktechnieken van onder andere de Italiaanse en Thaise keuken. Chocoladeliefhebbers kunnen zich naar hartelust uitleven in de chocolade workshop. Bovendien is het Culinary Institute zakelijk interessant. Het biedt bedrijven een unieke gelegenheid om naast het verdiepen van de culinaire kennis in contact te komen

met collega's, leveranciers en potentiële zakenpartners. Kortom, netwerken met een culinair tintje!

Naast het Culinary Institute beschikt de Miele Campus ook nog over twee VitaSteam-stoomtheaters. 'Bezoekers krijgen in onze stoomtheaters gedemonstreerd hoe in een handomdraai een lekkere maaltijd kan worden gemaakt. Het stomen zorgt voor het behoud van smaak en vitamines en een gegarandeerde pure smaaksensatie. Het komt perfect gegaard uit de stoomoven. Je wordt vanzelf gewaarschuwd door een signaal wanneer de maaltijd klaar is.

Dat gemak past in deze tijd waarin iedereen het druk heeft', vertelt Willy van Nunen, Floormanager VitaSteam-stoomtheater.

Kwaliteit en duurzaamheid maken het verschil

Verantwoordelijkheid nemen voor het milieu en toekomstige generaties zijn aspecten waar Miele zeer veel waarde aan hecht. Sinds jaar en dag staan Miele-apparaten synoniem voor baanbrekende technologie, betrouwbare kwaliteit en maximaal comfort. Die voordelen worden gecombineerd met een ongeëvenaarde duurzaamheid. Door de lange levensduur van de Miele-apparaten

kan Miele het beroep op natuurlijke hulpbronnen zoveel mogelijk beperken.

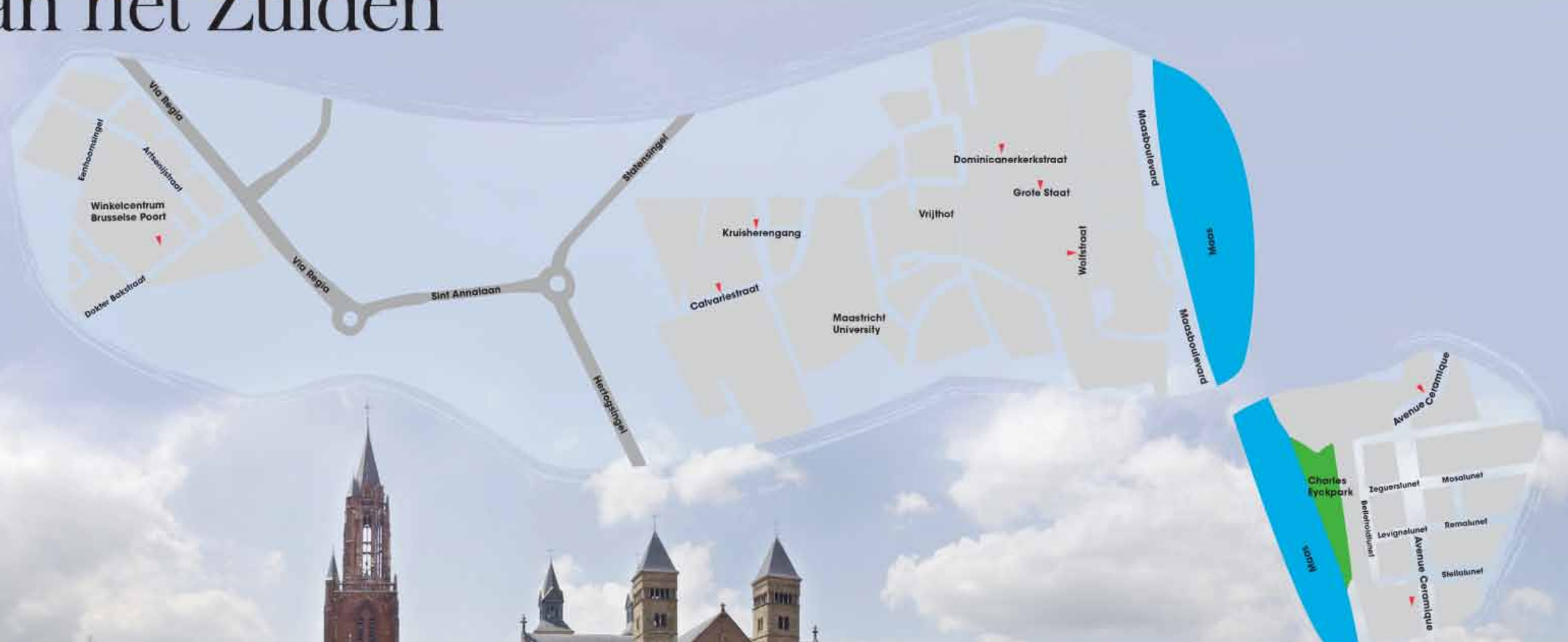
Ook zijn de apparaten zuinig in het gebruik van water, energie en (af)wasmiddelen. De warmte die bij de productie vrijkomt wordt opnieuw benut en verpakkingsmaterialen zijn altijd recyclebaar.

Maastricht

Parel van het Zuiden

Maastricht is een prachtige stad met een on-Nederlands, Bourgondisch karakter. Gelegen aan de rivier de Maas in het uiterste zuiden van de provincie Limburg en nabij de grens met België en Duitsland. De charmante stad heeft een gevarieerd aanbod van uitgaansgelegenheden, winkels en musea. Vooral in de compacte oude binnenstad met smalle klinkerstraatjes, het Vrijthof en het Onze Lieve Vrouweplein met (eet)cafés en grote terrassen is het goed toeven. Op het gebied van muziek, dans en toneel is er ook veel te beleven. Niet verwonderlijk dus dat Maastricht zich kandidaat heeft gesteld voor de titel Culturele Hoofdstad van Europa 2018. Een overzicht van dé hotspots van deze grote kanshebber op de felbegeerde titel!

Tekst Remco Eijssink
Foto VVV Maastricht / Paul Mellaart





Coffeelovers Dominicanen

Over bijzondere locaties gesproken. Coffeelovers Dominicanen is gelegen in de prachtige Dominicanenkerk. De liefde voor het zwarte goud, maar ook voor thee, is hier te proeven en te voelen! De speciaal getrainde Coffeelovers-barista's branden voor elke koffie een hoeveelheid verse bonen, afkomstig van huisleverancier Maison Blanche Dael: sinds 1878 een begrip in Maastricht. Iets voor bij de koffie? Maak een keuze uit de Italiaans geïnspireerde menukaart vol focaccia's, ciabatta's en salades, en overheerlijke dolce, zoals verschillende soorten cheesecake, carrot cake, brownies en muffins. Weinig tijd? Geen probleem, zowel de koffie, als de broodjes kunnen ook worden meegenomen. Naast de vestiging in de Dominicanenkerk zijn er nog vier vestigingen van Coffeelovers in hartje Maastricht. Een tip: Coffeelovers de Annex aan het Plein 1992. De echte fijnproevers en degenen die thuis barista willen spelen, kunnen hier terecht voor versverpakte koffie van Blanche Dael.

Dominicanenkerkstraat 1

**De liefde voor het
zwarte goud, maar
ook voor thee,
is hier te proeven en
te voelen!**



Emotion

Centraal in de Maastrichtse binnenstad is juwelier Emotion te vinden. Zowel inwoners van Maastricht als toeristen brengen regelmatig een bezoek aan deze juwelier. Modebewuste mensen komen hier voor de finishing touch: een mooi horloge of trendy sieraad. Emotion is een stijlvolle zaak met breed aanbod van moderne horloges van merken als TW Steel, Hugo Boss, Breitling en Armani. Ook voor sieraden van merken als DJI en Ti Sento Milano is Emotion het juiste adres. Voor degene die niet in de gelegenheid is om de winkel te bezoeken heeft Emotion een eigen webshop. Gemakkelijk bestellen en snel geleverd.
Wolfstraat 13



Kruissherenhotel

Een luxueus en eigentijds designhotel in de binnenstad van Maastricht: het Kruissherenhotel. Gevestigd in het voormalige vijftiende eeuwse Kruissherenklooster is het een unieke plek waar oudheid en design met elkaar verweven zijn. Ook worden architectonische contrasten tussen het verleden en het heden heel transparant gemaakt.

De 60 comfortabele hotelkamers en suites bezitten een verschillend en eigentijds karakter met stuk voor stuk een unieke uitstraling. De rode draad? Warme kleuren en een trendy uitstraling. In het Kruissherenrestaurant wordt dagelijks een luchtige lunch of diner geserveerd met bijpassende wijnen van over de hele wereld. Wijnliefhebbers kunnen ook terecht in de modern vormgegeven wijnkelder of de Winebar Rouge & Blanc. Voor de zakelijke gast zijn de drie boardrooms van het hotel de perfecte omgeving om tot nieuwe (zakelijke) inzichten te komen en om oude gedachten een nieuwe impuls te geven. De kwaliteit van het Kruissherenhotel wordt nog maar eens onderstreept door het Gouden Green Key keurmerk. Dit is voor bedrijven in de toeristische sector het hoogst haalbare internationale keurmerk dat staat voor duurzame bedrijfsvoering.
Kruissherenengang 19-23



Bakkerij Cornelissen

Sinds 1989 is de ambachtelijke Bakkerij Cornelissen gevestigd in Zuid-Limburg. Inmiddels is de bakkerij een begrip in de regio en beschikt het over 4 winkels en diverse afzetpunten. Uiteraard is er ook een vestiging in Maastricht. De allerbeste Limburgse vlaaien zijn hier verkrijgbaar! Ook voor taarten en de lekkerste broden is Bakkerij Cornelissen dé bakker van Maastricht. Zes dagen per week staat een enthousiast team van brood- en banketbakkers klaar voor de klanten: zowel particulieren als bedrijven. Daarnaast is Bakkerij Cornelissen gestart met de site www.lekkervlaai.nl, om tegemoet te komen aan de toenemende vraag naar het bezorgen van vlaaien en taarten. Heel eenvoudig bestellen en de volgende dag al geleverd.
Calvariestraat 60



Vodafone Nederland

Sinds 1997 is het hoofdkantoor van Vodafone Nederland gevestigd in Maastricht. Met ruim 1.500 medewerkers is Vodafone Nederland één van de belangrijkste werkgevers in Maastricht en de regio Zuid-Limburg. De vooruitstrevende en innovatieve manier van werken is beloond met de Winning Workplace Award 2011. De jury prijst Vodafone Nederland voor de manier waarop invulling wordt gegeven aan ontwikkelingen op de kantoorgebruikersmarkt, zoals het nieuwe werken. Het hoofdkantoor in Maastricht, bestaande uit een Contact Centre en een kantooromgeving, is gehuisvest in twee gebouwen. Deze worden op de begane

grond verbonden door het Plaza restaurant, waar Vermaat speciaal voor Vodafone het 'Taste The World' concept heeft ontwikkeld en exploiteert. Het concept sluit perfect aan bij de visie en invulling van Vodafone op het gebied van het nieuwe werken. Binnen de bedrijfsvoering van Vodafone Nederland speelt maatschappelijk verantwoord ondernemen een belangrijke rol. Zo is van het totale energieverbruik ruim 80 procent groen. De visie op groene stroom wordt in het hoofdkantoor vertegenwoordigd door de Power Tree. Rondom deze boom kan gemakkelijk de laptop en mobiele telefoon worden opgeladen met groene energie uit één van de stopcontacten.
Avenue Ceramique 300

Délifrance

Bourgondisch eten en drinken kan bij het Délifrance restaurant aan de Grote Staat in Maastricht. Geniet van het échte Franse brood, dat behalve lekker en vers ook nog eens heel gezond is. Alle producten worden namelijk gemaakt volgens authentiek Franse recepturen en met uitsluitend natuurlijke ingrediënten. Of het nu gaat om Franse kaas of een luxe maaltijdsalade. Délifrance belegt de Franse baguettes en andere broodsoorten zoals croissants in het zicht van de klant met allerhande beleg. Naast een grote variatie in brood heeft Délifrance ook overheerlijke zoete en hartige snacks en patisserieproducten, zowel om ter plekke te nuttigen als om mee te nemen. Begin hier de dag met een heerlijk ontbijt of bezoek Délifrance voor een uitgebreide lunch. Een aanrader is de provencette; een rijkelijk en vers belegd stokbrood met Provençaalse kruiden.
Grote Staat 57



Ipanema

Café Ipanema is gevestigd in het Bonnefantenmuseum te Maastricht. Het café is toegankelijk via de hoofdingang van het museum en via het prachtige grote terras aan de Maaszijde. Een ideale locatie om uitgebreid te lunchen of te ontspannen met een fraai uitzicht op de Maas! De inrichting van het café valt te typeren als origineel, stijlvol en modern. Ipanema is meer dan een museumcafé, het is ook dé plek voor film, muziek en performances. Ook is het mogelijk om er ruimtes te huren voor het houden van vergaderingen, borrels en feesten. Het café en de torenruimte beschikken elk over een eigen bar en bieden onderdak aan groepen tot maximaal 500 personen.
Avenue Ceramique 250



Expert

Op zoek naar de nieuwste tablet, julste die ene LED-TV of een topkwaliteits wasmachine? Expert Maastricht heeft het allemaal. Naast een breed assortiment biedt Expert Maastricht deskundig advies en de beste service. Een mooi voorbeeld hiervan is de uitgebreide installatie- en bezorgservice. Mocht een product onverhoopt defect zijn: het melden van defecten en storingen is een fluitje van een cent met het online reparatieformulier. Expert Maastricht geeft op het gehele assortiment een fabrieksgarantie van twee jaar. Regelmatig worden bij Expert Maastricht productdemonstraties gegeven. Uiteraard alleen van producten van de allerbeste merken, met een hoog gebruiksgemak en voorzien van de laatste technologische ontwikkelingen. Binnenkort zal een speciaal gedeelte van de winkel worden ingericht als koopjeskelder.
W.C. Brusselsepoort 81



Ipanema is meer dan een museumcafé, het is ook dé plek voor film, muziek en performances

“U wilt uw rendement verbeteren,
maar wel met oog voor de toekomst.”



**DAT
TELT.**

Elk mens denkt, handelt en onderneemt op zijn eigen manier. Dus wil je als accountant of adviseur werkelijk van meerwaarde zijn als het gaat om rendementsvraagstukken, dan moet je niet alleen over vakkennis en branche-kennis beschikken. Gelukkig werken bij BDO mensen die luisteren en meedenken. Zij kijken voor rendementsverbetering naar de mens achter de ondernemer.

Geïnteresseerd? Ga naar www.bdo.nl/horeca of bel (074) 276 42 00 voor een persoonlijke afspraak met de mensen van BDO Branchegroep Horeca.

Omdat mensen tellen.



Oplossing / De Rendementscoach

De Rendementscoach

Voor besparing en margeverbetering

De Rendementscoach is een interactief webbased dashboard van de financiële administratie, de personeelsplanner en het afrekenstelsel. Door de totale integratie van deze drie systemen krijgt de ondernemer inzicht in de kernwaarden (geldstromen, marge en personeelskosten) van de onderneming.



‘Als ondernemer kijk je, zeker in deze tijd, kritisch naar de kostenkant. Toen we voor het eerst hoorden van De Rendementscoach hadden we gelijk het idee dat deze oplossing een belangrijk instrument kan zijn om onze kosten te beheersen’, aldus Helma Zeisseink, eigenaresse van Brasserie Kriebelz in Terwolde.

Het grote voordeel van De Rendementscoach is dat alle financiële en niet financiële informatie uit het afrekenstelsel met één druk op de knop in de boekhouding wordt verwerkt, waarbij de gegevens worden gekoppeld met de gegevens uit de personeelsplanningsmodule. Helma vertelt: ‘In de brasserie werken we nu enkele maanden met De Rendementscoach. Vooral de personeelsplanner is een aanwinst. We zijn daarmee in staat ons personeel veel efficiënter in te plannen en zodoende te besparen op de loonkosten. Daarnaast is het erg handig dat onze accountant BDO alle benodigde gegevens rechtstreeks uit het systeem haalt. Dit levert ons een aanzienlijke tijdsbesparing op.’

De output van De Rendementscoach komt samen in het Focusdashboard. Het Focusdashboard geeft de ondernemer realtime informatie over de winst- en verliesrekening, de periodieke balans en de personele bezetting. Omdat de resultaten direct inzichtelijk zijn, kan met de module What If duidelijk worden gemaakt wat de effecten zijn van bijsturingmaatregelen. Door de What If module met omzetgegevens te vullen kan een realistische schatting worden gegeven van de te verwachten omzet. Ideaal, want dit maakt je als ondernemer flexibeler’, licht Helma toe.

Kostenbesparende maatregelen (bijvoorbeeld minder personeel tijdens de daluren) kunnen gelijk worden doorgevoerd wat direct invloed heeft op het rendement. Het Focusdashboard biedt daarnaast de mogelijkheid te vergelijken met referentiekaders, voorgaande perioden, begrotingen of benchmarks.

‘Naast kostenbesparing moet een horecaondernemer altijd op zoek naar nieuwe concepten. Zo hebben wij vorig jaar het concept De Dekselse Pannetjes geïntroduceerd. Een hoofdgerecht bestaande uit vier verrassingsgerechten geserveerd in een gezellig Dekselse Pannetje. Inmiddels een begrip in Terwolde en omstreken’, zo sluit Helma af.



Brasserie Kriebelz
**Dekselse
Pannetjes!**

Erve Meyerinkbroek

zorg voor mens, zorg voor dier

Een bezoek aan het piepkleine dorp Sint Isidorushoeve is een aanrader voor iedereen die een bijzondere pleisterplaats zoekt. Natuurlijk is er een dorpscafé, maar dat maakt dit gehucht niet bijzonder. Aan de Benteloseweg ligt het agrarische bedrijf Erve Meyerinkbroek. De bezoeker wordt hartverwarmend ontvangen door één van de vijftien hulpboeren.



In 1991 nemen Joseph en zijn vrouw Sjanne Meyerink het stokje over van Joseph's ouders die aan de basis staan van het in oorsprong agrarische bedrijf. Sinds 1998 is het bedrijf uitgebreid met zorgactiviteiten. Sjanne en Joseph kunnen sindsdien hun opleiding en ervaring op de zorgboerderij in praktijk brengen door het werken met mensen met een verstandelijke beperking. Ze krijgen daarbij hulp van 3 vaste medewerkers en een aantal vrijwilligers. Dagelijks melden 15 hulpboeren zich voor een arbeidsmatige dagbesteding.

De visie van boer Joseph en boerin Sjanne, want zo worden ze aangesproken door de hulpboeren, is duidelijk. 'Biedt de hulpboer een fijne en zinvolle dagbesteding.' Niet alleen het verzorgen van de dieren, of het kloven en verkopen van kachelhout, behoort tot de dagtaken. Ook het onderhoud aan de gebouwen en de machines wordt, naar ieders kunnen, mede uitgevoerd door de hulpboeren. Heel bijzonder is dat zelfs het volgen van paardrijles op fjordenpaard Fabielle onderdeel is van het werkschema. Juist

door de diversiteit van activiteiten op Erve Meyerinkbroek is er voor elke hulpboer een mooie uitdaging weggelegd. En natuurlijk is er altijd tijd voor een praatje met de veearts of de directe collega.

Bij Erve Meyerinkbroek werken alleen maar goede en gelukkige hulpboeren. De meeste van hen verlaten de zorgboerderij pas na het behalen van de pensioengerechtigde leeftijd. De gunstige invloeden van het werken op deze zorgboerderij, zoals het opbouwen van eigenwaarde, zijn hier mede debet aan.

www.ervemeyerinkbroek.nl



Colofon

2013 · Jaargang 03 · Nummer 03

Eijsink Matters is een uitgave van:
Eijsink Afrekeningsystemen b.v.

Reacties n.a.v. dit magazine kunt u sturen naar:
Eijsink Afrekeningsystemen b.v.
Postbus 456
7550 AL Hengelo
E-mail: marketing@eijnsink.nl
Website: www.eijnsink.nl

Hoofdkantoor:
HENGELO
Bedrijventerrein Twentekanaal
Saffierstraat 24
7554 TG Hengelo
T 074 250 55 00

Vestigingen:
AMSTERDAM
Industrieterrein Sloterdijk III
Limmerick 3-5
1046 AR Amsterdam
T 020 686 00 10

DEN HAAG
Industrieterrein Wateringse Veld
Turfschipper 50
2292 JA Wateringen
T 0174 290 567

EMMELOORD
Industrieterrein Nagelerweg
Platinaweg 4
8304 BL Emmeloord
T 0527 636 230

Redactieraad:
Lia van der Weide
Remco Eijsink

Vormgeving:
Reclamebureau VanderVeer Enschede

Druk:
Hassink Drukkers Haaksbergen

© Copyright 2013

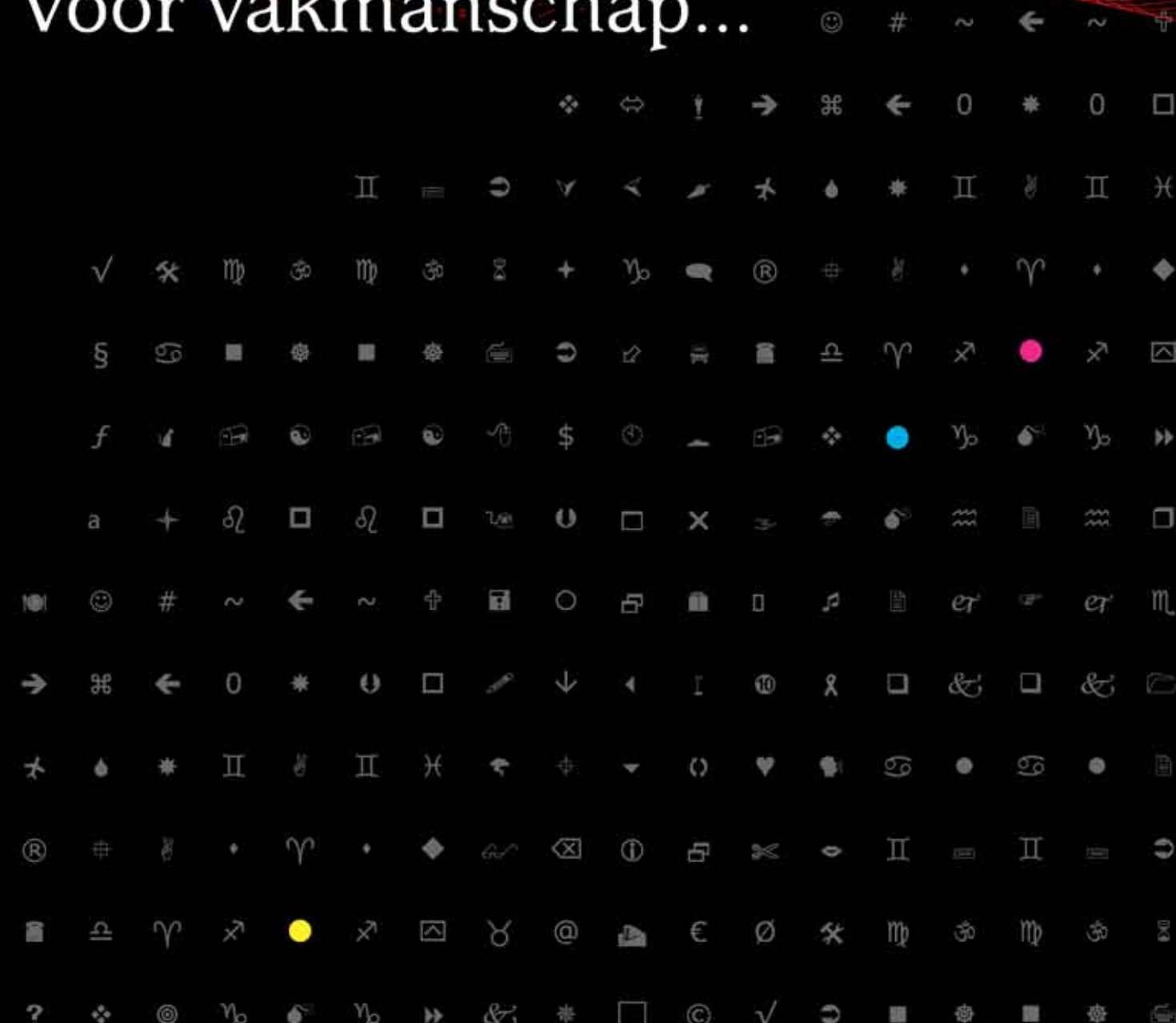
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoerd, afgedrukt, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere wijze, in elke vorm, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De informatie in deze uitgave is met zorg samengesteld. Redactie en uitgever kunnen niet verantwoordelijk gehouden worden voor onverhoopte fouten of onjuistheden, noch voor onvolledigheid van de informatie. Zij aanvaarden geen aansprakelijkheid voor eventuele gevolgen. Gebruikers van deze informatie wordt aangeraden deze informatie niet geïsoleerd te gebruiken maar af te gaan op hun professionele kennis en ervaring en de te gebruiken informatie te controleren.

kleur in beeld

[& • ♀ ♦ □ ✕ ■ ♀ ♀ ♀ • ♀]

Passie voor vakmanschap...



hassinkdrukkers.nl

HdH

HASSINK DRUKKERS HAAKSBERGEN

EijsinkPlus®

EijsinkPlus® is de verzamelnaam van krachtige innovaties die aan Eijsink afrekenoplossingen kunnen worden toegevoegd, om zodoende nog meer rendement te behalen, nog meer inzicht te verschaffen of simpelweg om nog meer gebruikersgemak te creëren. Onderstaand een greep uit de meest gebruikte innovatieve opties die we in huis hebben.



Eijsync personeelsplanner

Met de Eijsync personeelsplanner is het snel en eenvoudig plannen. Er is direct inzichtelijk wie beschikbaar is en personeel ziet het rooster online.

Het overzichtelijke dashboard geeft inzicht in de prestaties van de onderneming.



MyOrder

De app om mobiel bestellen en betalen in een handomdraai uit te voeren. Eenvoudig te integreren in een Eijsink afrekenstelsel.

Extra omzet genereren door MyOrder in te voeren. Verhoogt veiliger en efficiënter werken.



De Rendementscoach

De Rendementscoach is een interactief webbased dashboard van de financiële administratie, de Eijsync personeelsplanner en het Eijsink afrekenstelsel.

Door de integratie van deze drie systemen krijgt de ondernemer inzicht in de kernwaarden en de mogelijkheid tijdig bij sturen.

Financieel management

Financieel management

In nauwe samenwerking met o.a. partners als Exact en AFAS heeft Eijsink interfaces gebouwd tussen Exact Globe, AFAS software en Eijsink WinSale.

Logistieke en financiële processen zijn volledig geïntegreerd.



Barautomatisering

Alle drankuitgiftes van één of meerdere bars worden gedoseerd getapt en gekoppeld aan een informatiesysteem en de kassa.

Op elk moment van de dag inzicht in de omzet en voorraadgegevens.



Eijsync tafelreservering

Het online Eijsync tafelreserveringssysteem houdt rekening met mogelijke tafelcombinaties en is direct gekoppeld aan de Eijsync personeelsplanner.

Door de gebruiksvriendelijke CRM is het systeem uitermate geschikt om gasten te binden.



Kitchen Manager

Totale controle in de keuken met de Eijsink Kitchen Manager. Voorkomt vergeten tafels en zorgt voor een realtime overzicht van bestellingen en wachttijden.

Rust op de werkvloer.



WinSale Loyalty

WinSale Loyalty biedt vele mogelijkheden voor relatie-marketing. Van het beheer van klantenkaarten tot het uitgeven en inwisselen van cadeaubonnen.

Hét systeem om met gerichte promotionele acties de klanttevredenheid en omzet te verhogen.

ALGEMEEN

INFO 074 250 55 00
VERKOOP@EIJSSINK.NL
WWW.EIJSSINK.NL



HENGELO

BEDRIJVENTERREIN
TWENTEKANAAL
SAFFIERSTRAAT 24
7554 TG HENGELO
T 074 250 55 00
F 074 250 52 25

AMSTERDAM

INDUSTRIETERREIN
SLOTEDIJK III
LIMMERICK 3-5
1046 AR AMSTERDAM
T 020 586 00 10
F 020 586 00 19

DEN HAAG

INDUSTRIETERREIN
WATERINGSE VELD
TURFSCHIPPER 50
2292 JA WATERINGEN
T 0174 290 567
F 0174 294 040

EMMELOORD

INDUSTRIETERREIN
NAGELERWEG
PLATINAWEG 4
8304 BL EMMELOORD
T 0527 636 230
F 0527 636 239