

AchterhoekBIZ

Businessmagazine voor en door ondernemers in de Achterhoek en omstreken

Jaargang 4
Nr. 2 | 2015



Interview: Ernst Daniël Smid



Een Messi of Ronaldo in uw
huiskamer of op kantoor?



De Keppelse Golfclub al bijna
90 jaar oud



Terborgse Wijncentrale, een
kijkje achter de wijnvaten

De eerste uitspraken over de aanzegverplichting van de WWZ



Naam: Mike Timmer
Bedrijf: Bax Advocaten en Belastingkundigen
Functie: Advocaat
www.baxadvocaten.nl



aan het loon voor één maand (maandloon dus niet vermeerderd met bijvoorbeeld vakantiebijslag en andere emolumenten). Zie daaromtrent het Besluit (van 11 december 2014) loonbegrip vergoeding aanzegtermijn en transitievergoeding.

Op 13 mei 2015 is over de aanzegverplichting een tweetal uitspraken verschenen. In de uitspraak van de rechtbank Den Haag (ECLI:NL:RBDHA:2015:5372) is bepaald dat werkgever de aanzegvergoeding niet verschuldigd is omdat er (nog) geen aanzegverplichting gold. In die kwestie eindigde de arbeidsovereenkomst van werknemer namelijk op 31 januari 2015. Op grond van artikel XXII d van het Overgangsrecht is de aanzegvergoeding eerst verschuldigd in het geval de arbeidsovereenkomst op of na 1 februari 2015 eindigt. In de andere zaak bepaalde de Rechtbank Noord-Nederland (ECLI:NL:RBNNE:2015:2325) dat werkgever de aanzegvergoeding wel is verschuldigd omdat de arbeidsovereenkomst eindigde per 28 februari 2015 en de werknemer niet op voorhand was geïnformeerd over het feit of de arbeidsovereenkomst al dan niet zou worden voortgezet.

Indien u meer informatie wenst over de WWZ dan kunt u contact opnemen met Mike Timmer (0314 - 37 55 00 of 06 - 39 57 44 14).

Sedert 1 januari 2015 geldt een aanzegverplichting (artikel 7:668 BW). Op grond van deze verplichting is de werkgever gehouden om de werknemer, uiterlijk een maand voordat een arbeidsovereenkomst voor bepaalde tijd van rechtswege eindigt, schriftelijk te informeren over het gegeven of de overeenkomst al dan niet zal worden voortgezet. Bij voortzetting dient de werkgever de werknemer overigens over de arbeidsvoorwaarden waaronder de arbeidsovereenkomst wordt voortgezet te informeren. In het geval de werkgever zich niet aan deze aanzegverplichting houdt, is hij een aanzegvergoeding verschuldigd die (maximaal) gelijk is



SPECIAAL VOOR U INGEKOCHT, 8 STUKS OP VOORRAAD!

KOOP NU EEN SUBARU FORESTER 2.0 CVT LUXURY/NAGANO

van € 42.345

€ 36995,00*

**Uw voordeel
€ 5350,00**

* Gratis leer
 * Gratis navigatie
 * Gratis automaat



EN KRIJG GRATIS EEN NIMOTO HANDY T.W.V. 929,-.



Gem. verbr.: 5,7 – 8,5 l/100km (17,5 – 11,8 km/l) CO₂ emissie: 150 – 197 g/km. Genoemde vanafprijs is inclusief btw en bpm, exclusief recyclingsbijdrage, kosten rij klaarmaken en metallic/pearl/silica lak. Wijzigingen, druk- en zetfouten voorbehouden. Afgebeeld model kan opties bevatten. Vraag uw Subaru dealer naar de kosten en voorwaarden of ga naar www.subaru.nl.
 *Deze actie is geldig tot en met 30 juli 2015, zolang de voorraad strekt.

Th. Wenting b.v.
 AUTOMOBIELBEDRIJF

Wijnbergseweg 39-41 Doetinchem.
 Tel. 0314 - 34 00 00
 e-mail: info@thwenting.nl
www.thwenting.nl

Training & travel - 4
 Gaat ons bedrijfsuitje nog wel door?

Voorwoord - 5
 Meer btw afdragen

Coverstory - 6
 Ernst Daniel Simd

Terborgse Wijncentrale - 14
 Totaalleverancier voor horeca en grootverbruik. Kerstpakketten en relatiegeschenken

Het Arsenaal 1309 - 18
 Herbesteding voormalig klooster geeft stadshart Doesburg stevige impuls

Achterhoeks Netwerk & Golfevent - 22
 De Keppelse Golfclub, al bijna 90 jaar oud maar nog springlevend

Weevers en BDUmedia - 26
 Twee innovatieve uitgevers met passie voor lokaal nieuws richten Achterhoek Nieuws BV op

AGENDA

Evenementen
9 september:
 Achterhoeks Netwerk & Golfevent!
 Bij De Keppelse Golfclub

Netwerkbiz bijeenkomst
24 september:
 Virupa Solutions in Aalten
17 december:
 Het Arsenaal 1309 in Doesburg



Interview

Wat hebben klassieke muziek en het bedrijfsleven met elkaar gemeen? Op het eerste gezicht niets, zou je denken. Maar het gaat allebei over leiderschap en het meenemen van mensen in je verhaal. AchterhoekBIZ ging in gesprek met Ernst Daniël Smid over zijn passie voor klassieke muziek en de parallellen met ondernemerschap.

Terborgse Wijncentrale

Wie wel eens door Terborg rijdt zijn ze vast en zeker opgevallen: de wijnvaten aan de kant van de weg, vlak voor de brug naar Etten. Deze vaten vormen de entree naar een bedrijf dat al 25 jaar opereert als drankenleverancier voor horeca en grootverbruik. Begonnen in de Achterhoek, maar inmiddels met een verzorgingsgebied van Winterswijk tot aan Utrecht en van Enschede tot aan Nijmegen. Lees de tekst op deze vaten en u weet genoeg: welkom bij de Terborgse Wijncentrale!



Foto: Guido Pelgrim



LEDs DEAL

Wat te doen als je thuis tussen statafels door de gang moet laveren en je struikelt over

de ballonnen in de woonkamer? Dan zit er niet veel anders op dan je eigen winkel te openen. En dat is precies wat Wilco Buyl, eigenaar van Ledsdeal en Ballonnenkraam gaat doen. "De zaken gaan voorspoedig en breiden zich uit, maar daarnaast is het voor belangstellenden ook goed om daadwerkelijk te kunnen zien wat ze willen kopen of huren. Tot nu toe kon dat alleen via de websites maar vanaf 1 juli bent u van harte welkom op de Dr Huber Noodtstraat 51 in Doetinchem", aldus Wilco. Meer dan 100 vierkante meter is gevuld met een grote diversiteit aan ballondecoraties en de verlichting is grotendeels afkomstig van de led-statafels, die al aan menig feest kleur hebben gegeven. U kunt het zo gek niet verzinnen of Wilco kan het leveren; ballonfiguren van toen en nu, van Donald Duck tot Frozen of ballonbogen

voor openingen van bedrijven of bruiloften. Van wandelende tot aan gevulde ballonnen, u vraagt, Wilco blaast. Ook de statafels, die vele kleuren aan kunnen nemen, zijn gewild. Ideaal voor bedrijven om hun huiskleur te versterken tijdens een evenement en ook voor een privéfeest een mooie aanvulling. "U kunt straks bij ons in de winkel uitgebreid informatie verkrijgen en er is gelegenheid om onder het genot van een kop koffie uw feest van een extra dimensie te voorzien. En neem gerust uw kinderen mee, we hebben hier genoeg speel- en kleurmateriaal om ze te vermaken terwijl u rustig onze mogelijkheden kunt bekijken." vervolgt hij vol enthousiasme.

Voor nu kunt u dus alvast een voorproefje nemen op www.ledsdeal.nl en www.ballonnenkraam.nl. Vanaf 1 juli bent u van harte welkom om een kijkje te nemen in het nieuwe pand om u te laten verbazen over wat mogelijk is. Het bedrijf levert een snelle en goede service en hanteert scherpe prijzen.

www.ledsdeal.nl



Gaat ons bedrijfsuitje nog wel door?

SINDS 1 JANUARI 2015 WORDEN ONDERNEMERS/WERKGEVERS GECONFRONTEERD MET DE NIEUWE WERKKOSTEN-REGELING (WKR) 2015. DEZE REGELING BEPAALT DAT WERKGEVERS NOG 1,2 % VAN DE LOONSOM ONBELAST AAN PERSONEELVERGOEDINGEN EN VERSTREKKINGEN AAN HUN MEDEWERKERS MOGEN GEVEN (VRIJE RUIMTE). ALS DE UITGAVEN BOVEN DE VRIJE RUIMTE UITKOMEN, DAN GELDT VOOR HET MEERDERE EEN EINDHEFFING VAN 80%.

Veel werkgevers zijn hier natuurlijk niet blij mee en denken erover om het bedrijfsuitje, hun incentivereis of teamtraining waar ze altijd veel plezier en voldoening aan beleven, nu te verwijderen uit het jaarprogramma omdat ze bang zijn geconfronteerd te worden met die eindheffing van 80% boven een bepaald bedrag. Begrijpelijk natuurlijk en daarbij zeer vraagtekenwaardig waarom de fiscus met dit hoge belastingtarief voor de dag komt. Mag je het je werknemers tegenwoordig niet meer naar de zin maken? Is het alleen maar hard werken, meer werk met minder mensen en zo afsturen op burn-outs en ontevreden personeelsleden? Daarbij kun je je natuurlijk afvragen of ondernemers niet zelf mogen beslissen wat ze met hun winst of geld doen om hun belangrijkste doelgroep te belonen voor hun inzet en door te werken aan binding binnen je bedrijf. Dit betaalt zich overigens altijd uit in meer werkplezier, een verhoogde efficiëntie en een betere teamspirit. Binnen een bedrijf moet je samenwerken, je bent een team en dus zul je daar ook aan moeten werken. Dit gaat niet altijd vanzelf en gerichte bedrijfsuitjes, incentivereizen en trainingen kunnen hier een wezenlijke bijdrage aan leveren.

Er is gelukkig goed nieuws!

Er zijn mogelijkheden om uw bedrijfsuitje, personeelsreis of incentive toch te blijven doen!! In onderstaande gevallen vallen de kosten nl. niet onder de werkkostenregeling 2015:

- Organiseer het bedrijfsuitje in eigen huis of op uw bedrijfsterrein, dan is het namelijk onbelast.
- Laat de PV (personeelsvereniging) de activiteit organiseren. De PV is namelijk geen fiscale eenheid en dus omzeilt u de WKR. Heeft u binnen uw organisatie nog geen personeelsvereniging (PV) dan kunt u erover denken deze op te richten.
- Voeg een kenniselement toe aan uw activiteit. Cursussen, excursie, studie- en of opleidingskosten hebben vrijstelling van de WKR. Aangezien teamvorming (teambuilding) hier ook onder valt, kunnen we hier vele kanten mee op. Zowel bij binnenlandse als buitenlandse activiteiten.



Geen paniek dus omtrent de WKR 2015. Er is nog steeds veel mogelijk en u kunt uw personeel nog steeds activiteiten bieden zonder een extra aanslag op uw portemonnee. Meer weten, neem vrijblijvend contact op met ons en bespreek uw wensen. We helpen u graag om die voor u belangrijke doelgroep "uw personeel" te kunnen blijven binden.

Succes! Jan ter Haar. Zie ook de column verderop in dit blad.



www.trainingentravel.nl

COLOFON



Hoofdredactie:
Ed Smit



Redactie:
Jessica Schutten



Vormgeving:
Jeannette Hekman



Fotografie:
Carlo Stevering



Fotografie:
Simon Schutter

Uitgever: Buro Achterhoek

Redactie adres:

redactie@achterhoekbiz.nl

Advertentieverkoop:

sales@achterhoekbiz.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door printouts, kopieën, of op welke andere manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. De informatie in deze uitgave is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Uitgevers en auteurs zijn niet aansprakelijk voor mogelijke handelingen en/of beslissingen gebaseerd op deze informatie.

AchterhoekBIZ is een uitgave van Buro Achterhoek
www.buroachterhoek.nl - www.achterhoekbiz.nl

VOORWOORD



Foto: Simon Schutter

“OpRutte”

Verbijsterd was ik toen ik de plannen vernam om het lage btw-tarief voor de meeste producten en diensten af te schaffen. Krabbellen we net een beetje terug uit het dal, het staartje van de crisis, komt Den Haag weer met een nieuwe plan, zeg maar de ‘dolksteek in de rug van ondernemers’.

Meer btw afdragen

Ondernemers die net de crisis overleefd hebben, krabbelen nu weer overeind. De btw-verhoging is toch absoluut onaanvaardbaar? Door deze plannen zou het btw-tarief op onder meer kappersbezoeken, fietsreparaties en boeken omhoog gaan van 6 naar 21 procent. Ook de recreatiesector, de tuinbouw en de schilders- en stukadoorsbranche moeten dan meer btw afdragen. Winkeliers maken zich zorgen en terecht. Met de toename van e-commerce hebben de winkels het al niet makkelijk.

Slachtoffers

De verhoging van de btw gaat opnieuw voor slachtoffers zorgen. ‘We kunnen toch niet zomaar onze prijzen omhoog doen?’ zeggen collega-ondernemers in de Achterhoek. Producten worden duurder, waardoor mensen minder gaan kopen. Dat heeft ernstige gevolgen voor de omzet van winkeliers, maar ook voor overige branches. Wat dacht je bijvoorbeeld van de horeca? Ook daar gaat

het gelukkig weer wat beter, maar de afschaffing van het lage btw-tarief is voor deze sector funest. Dat betekent dat een dagje uit, een borrel drinken, uit eten gaan of een overnachting duurder worden. En dat doe ik maar al te graag. Onderzoeken wijzen nu al uit dat de afschaffing van het lage btw-tarief kan leiden tot een verlies van 55.000 banen bij horeca, musea en recreatiebedrijven. Ik hoor ze nog zeggen: we creëren juist banen, nou ammehoela Mark Rutte!

Op de goede weg

Ook in de bollenteelt, bloemen- en boomkwekerijen wordt gevreesd dat er duizenden banen verloren gaan. Desastreuze gevolgen, veroorzaakt door de plannen van dit kabinet. De export en concurrentiepositie van Nederland mogen door deze plannen geen gevaar lopen. In andere landen, zoals bijvoorbeeld Frankrijk, is de verhoging van de btw teruggedraaid omdat de vraag met tientallen procenten is teruggelopen. Laten we hopen dat ze geen meerderheid gaan halen en we door kunnen met ondernemen. We waren immers op de goede weg, en anders Mark.....oprutten.

Ed Smit

Tekst: Jessica Schutten Fotografie: Simon Schutter

**Ernst Daniël Smid:**

‘Alles begint bij goed luisteren’

WAT HEBBEN KLASSIEKE MUZIEK EN HET BEDRIJFSLEVEN MET ELKAAR GEMEEN? OP HET EERSTE GEZICHT NIETS, ZOU JE DENKEN. MAAR HET GAAT ALLEBEI OVER LEIDERSCHAP EN HET MEENEMEN VAN MENSEN IN JE VERHAAL. ACHTERHOEKBIZ GING IN GESPREK MET ERNST DANIËL SMID OVER ZIJN PASSIE VOOR KLASSIEKE MUZIEK EN DE PARALLELEN MET ONDERNEMERSCHAP.

We zijn te gast bij het gastvrije en favoriete etablissement van Lichtenvoorde, Grand Café Markt 5. Het was één van de weinig zonnige dagen in mei, dus we besloten op het gezellige terras plaats te nemen.

Het bracht ons direct op een gesprek over Lichtenvoorde. Hoewel Ernst Daniël Smid in Bussum woont en al geruime tijd weg is, heeft de succesvolle zanger goede herinneringen aan de keistad en de Achterhoek. Vanwege het werk van zijn vader verhuisde het gezin in 1960 van Enschede naar de Achterhoek. Hij bracht hier hij het grootste deel van zijn jeugd door. Smid ging hier naar school en zat er op judo, volleybal en bij het koor. De liefde voor klassieke muziek kreeg hij met de paplepel ingegoten. ‘Ik kom uit een groot gezin waar veel klassieke muziek werd gedraaid. Het maakte onderdeel uit van de opvoeding. Dus ging je ook bij het koor.’ Op latere leeftijd kwam hij bij een revuegezelschap en operettevereniging terecht, volgde zangles en ging naar het Conservatorium van Amsterdam. De bariton beschrijft muziek als fascinerend en meer dan geluid: ‘Het is voor mij de pleister op de wond van alledag. En klassieke muziek is van alle tijden. Op grote evenementen wordt altijd klassieke muziek gespeeld,

neem de Champions League! De invloeden werden gebruikt door Queen en Roger Waters, maar ook hedendaagse muzikanten ontleen veel aan hun klassieke voorgangers. Ze zijn een inspiratiebron voor ons allemaal.’

Laagdrempelig

Als bariton treedt Ernst Daniël Smid zowel nationaal en internationaal op in een groot aantal opera's en musicals. Hij kent niet alleen het klassieke muziekleven goed, hij brengt ook de waarden ervan onder de aandacht bij een groot publiek. Door mooie en interessante anekdotes over componisten en hun muziek te vertellen. ‘Ik wil de klassieke muziek laagdrempelig maken. Je hoort het leven van de componisten terug in de muziek. Door het verhaal erachter te vertellen, luister je anders naar de muziek. Neem Beethoven, die al op zijn 43e doof was en zich daardoor afsloot van de buitenwereld. Zijn leven en emoties klinken door in de muziek. Hij heeft de muziek menselijker gemaakt. Ondanks tegenslagen in zijn leven, is hij doorgegaan. Dat geldt ook voor Verdi. Een aantal van zijn opera's zijn afgewezen en hij verloor in korte tijd zijn vrouw en twee kinderen, maar hij is doorgegaan. Ook zijn symfonieën zijn een afspiegeling van zijn





‘Het gaat om eerlijkheid, respect, vertrouwen en vooral kunnen luisteren. Dat ontbreekt vaak in het bedrijfsleven.’

ervaringen in het leven. De passie voor de muziek hield de componisten overeind.’ Voor het grote publiek maakte Smid de klassieke muziek laagdrempeliger met het talentenprogramma Una Voce Particulare, dat jarenlang is uitgezonden en enorm veel kijkers trok. De presentator ging op zoek naar dé bijzondere

‘Muziek is voor mij de pleister op de wond van alledag.’

stem onder de beste amateurzangers op het gebied van opera, operette of musical. ‘Ik vind het belangrijk om talent aan te jagen en een podium te geven en werk graag één op één met mensen. Het programma heeft er zeker aan bijgedragen dat klassieke muziek veel toegankelijker is geworden, ook voor jongeren. Die raken steeds meer bezield door klassieke muziek. Het programma ‘De Tiende van Tijd’ is daar ook een mooi voorbeeld van. Maar je ziet het ook terug in concertzalen. De regels zijn soepeler, het is minder heilig gemaakt en de setting is informeler.’

Jeugd

Ondanks diverse bevindingen dat het bezig zijn met muziek goed is voor de ontwikkeling van kinderen staat het nog steeds niet op de prioriteitenlijst van scholen. Smid is van mening dat er veel meer samenwerking moet komen met muziekscholen. ‘Muziek en het bespelen van instrumenten bevordert de creativiteit, is goed voor de sociale en persoonlijke ontwikkeling en leert je anders naar dingen kijken en in een perspectief te plaatsen. Ik vind dat er meer subsidie beschikbaar moet komen voor de lokale muziekscholen en minder voor de conservatoria. Nederland telt veertien conservatoria die mensen opleiden waar onvoldoende werk voor is. Het is belangrijk om de jeugd vroegtijdig bekend te maken met kunst en muziek door bijvoorbeeld musea gratis toegankelijk te maken voor jongeren. Goede kunst kan communiceren met mensen.’

Muziek en ondernemen

Smid heeft van zijn passie zijn beroep gemaakt en is een succesvol, veelgevraagde zanger en presentator. Maar met alleen passie red je het niet, benadrukt de zanger. Het gaat volgens hem om de wil om te ondernemen, om doelen te stellen en te realiseren. ‘En je moet samenwerken om dat doel te bereiken. En daar zijn goede communicatie en leiderschap voor nodig. In de muziek werken musici samen met dirigenten, in het theater werken de mensen op het podium nauw samen met de mensen op de vloer. De situaties en uitdagingen kun je naast het bedrijfsleven leggen. Je

moet mensen meekrijgen. Het gaat om eerlijkheid, respect, vertrouwen en vooral kunnen luisteren. Dat ontbreekt vaak in het bedrijfsleven. Veel bedrijven hebben een tunnelvisie en het schort vaak aan communicatie. Hoe kun je nu leiden als je niet kunt luisteren? Ik leg tijdens mij operalezingen altijd parallellen met het bedrijfsleven. Componisten hebben met tegenslagen te maken gehad, maar zijn doorgegaan. Met veel bedrijven is het ook slechter gegaan in de crisistijd. Belangrijk als je vastloopt in je bedrijf is om terug te gaan naar de basis en je af te vragen: ‘Waarom ben ik begonnen’ en ‘Wat maakt dat je door bent gegaan?’ Het is belangrijk dat je aan het werk blijft en in deze tijd creatief bent en nieuwe wegen zoekt die meer opleveren. Crisis maakt nieuwe creatieve processen los. Kijk naar orkesten. Die zijn grotendeels verdwenen. Musici zijn op de vrije markt terecht gekomen. Maar je moet je eisen bijstellen, ook als je goed bent in wat je doet.’

Stichting Pijn bij kanker

Die verbetering van communicatie bij pijnbestrijding is de aanleiding dat Smid na het overlijden van zijn vrouw de Stichting Pijn bij kanker heeft opgericht. ‘Mijn vrouw heeft zelf ondraaglijke pijn gehad en heeft veel moeten doorstaan. Dat was niet nodig geweest als er beter gecommuniceerd zou worden door alle partijen. Met de stichting zetten we ons in voor effectievere pijnbestrijding zodat patiënten niet onnodig veel pijn lijden. Artsen drijven te ver weg van de patiënt en zijn niet meer in de totale mens geïnteresseerd. We houden ronde tafelgesprekken met ziekenhuizen en

staan op wereldcongressen in Brussel en Maastricht. Ik spreek artsen aan dat ze niet moeten vergeten waarom ze dokter zijn geworden. Samen met patiënten hebben we eind maart voor de tweede keer in Studio 21 in Hilversum Hét Rozengala georganiseerd. Zo proberen we op diverse manieren aandacht te vragen en geld in te zamelen voor projecten om de communicatie te verbeteren. Ook in deze regio ik wil graag nog een keer golfdagen organiseren voor de stichting.’

Plannen

Naast zanger is Ernst Daniël Smid ook tv-presentator en speelt hij in films. Voor het nieuwe programma van de KRO-NCRV ‘Ik neem je mee’ heeft hij onlangs Caroline Tensen meegenomen naar Lichtenvoorde voor opnames. Ook is hij dit jaar te zien in een Friese film met Bartho Braat en staat de bariton dit voorjaar op het podium. Er zijn 30 concerten ‘Lentekriebels’ gepland met klassiekers uit de film-, musical- en cabaretwereld. ‘Ik vind het leuk nieuwe media te ontdekken, maar zingen is het liefst wat ik doe. Waar ik nog meer mee bezig ben? Dat ga ik niet vertellen want in muziekland wordt je idee zo overgenomen. Maar het heeft uiteraard te maken met muziek.

■ ‘Belangrijk als je vastloopt in je bedrijf is om terug te gaan naar de basis en je af te vragen: ‘Waarom ben ik begonnen’ en ‘Wat maakt dat je door bent gegaan?’



Achterhoekse Zomerfair



Foto: William Peperkamp

Een zonovergoten park met ruim 4000 bezoekers, 55 standhouders, culinair vermaak, volle glazen en live muziek! Een korte samenvatting van de Achterhoekse Zomerfair in het park van Villa Ruimzicht op zondag 7 juni jongstleden.

Net als voorgaande jaren kon ook afgelopen zondag kennis worden gemaakt met bijzondere producten en diensten uit het topsegment. Zo waren er interessante workshops en demonstraties, een glamourbingo en live muziek van Piano & Co en Soundtrek. Ook konden bezoekers de nieuwste elektrische Tesla uitproberen en waren er catwalkshows van diverse toonaangevende modezaken en couturiers uit de regio. Nieuw dit jaar was de 'mannenhoek' met o.a. koude bieren van La Trappe en Joucke's Barbershop. De wijnen, afkomstig van 'Boschendaal Estate' uit het Zuid Afrikaanse Franschhoek, pasten perfect bij de uitbundige zonneschijn.

Jonge bezoekers konden o.a. cupcakes bakken, vogelhuisjes schilderen en ponyrijden. Culinair vermaak werd verzorgd door de Strandlodge in Winterswijk en Villa Ruimzicht.

www.hotelvillaruimzicht.nl



Foto: William Peperkamp

Een Messi of Ronaldo in uw huiskamer of op kantoor?

HEEFT U EEN VOETBALHELD EN WILT U EEN ONDERSCHIEDEND EN PERSOONLIJK KUNSTWERK OP UW KANTOOR OF IN UW HUISKAMER? OF WILT U EEN RELATIE EEN UNIEK GESCHENK GEVEN? DE HAND VAN MARADONA BV MAAKT HET MOGELIJK OM ONDER ANDERE EEN AUTHENTIEK GESIGNEERD SHIRT DOOR RONALDO OF EEN INGELIJSTE SCHOEN VAN MESSI TE KOPEN.

De Hand Van Maradona BV is opgericht door ondernemers Harm Jan Deuring en Frank Krake. 'In Amerika en Engeland zijn de gesigneerde sportmemorabilia al decennialang enorm populair en vormen een miljoenenindustrie', zegt Krake. 'Topsporters worden er op een voetstuk geplaatst. In Nederland zijn we wat nuchterder, maar de populariteit waait nu langzaam over naar ons land en de rest van Europa.'

Echtheidscertificaat

De Hand van Maradona is het enige bedrijf dat origineel gesigneerde artikelen van voetbalgrootheden op professionele wijze op de markt brengt. 'Op diverse websites vind je replicashirts ondanks dat aangegeven wordt dat het echt is', vertelt Deuring. 'Wij werken met wereldwijde gereputeerde partijen op het gebied van sportmemorabilia. Tijdens een besloten signeursessie voorziet de beroemde voetballer de items persoonlijk van een handtekening. Hij krijgt daarvoor betaald en is in één sessie klaar. Op deze manier zijn topsporters toch bereikbaar voor supporters en fans.' Van de bewuste signeursessie worden foto's en een video gemaakt om de echtheid te garanderen. Daarnaast levert De Hand van Maradona bij elk artikel een echtheidscertificaat met daarop de foto van de signerende voetballer en een uniek en genummerd hologram, dat overeenkomt met het hologram in de lijst van het shirt of de schoen.

Exclusieve lijsten

In de showroom van de Hand van Maradona aan de Hereweg in Groningen zijn niet alleen gesigneerde shirts te bewonderen, maar ook voetbalschoenen, art posters in een exclusieve lijst en speciale voetballen in limited edition. Deuring: 'Ook hebben we een aantal wereldberoemde oudvoetballers in de collectie, zoals drievoudig wereldkampioen



Pelé, Maradona en Zidane. De producten zijn te verkrijgen via de website en worden vakkundig en exclusief ingelijst.'

Dedication shirt

De Hand Van Maradona lijst ook in op aanvraag van klanten en levert speciale dedication shirts laat Krake weten. 'Dat zijn gesigneerde shirts met de naam van en een persoonlijke boodschap aan de fan, geschreven door Messi of Ronaldo. Natuurlijk hangt hier een hoog prijskaartje aan, maar je ontvangt dan ook een geschenk voor het leven!'

Shop-in-shop

Het bedrijf is bezig een tweede showroom in Eindhoven te openen en is in gesprek met de betaalde voetbalclubs in Nederland voor het presenteren van een shop-in-a-shop concept in fanstores. Krake: 'We ontwikkelen speciale items in overleg met de clubs. Zo hebben we al specials gemaakt voor PSV (kampioensshirt) en Heracles (Everton met 70 goals clubtopscorer) en zijn we met andere clubs in gesprek. Ook staan er signeursessies gepland met grote Nederlandse (oud)voetballers later dit jaar. Voor 2016 staat de verdere uitbouw van ons concept in Duitsland en Scandinavië op het programma'.

De complete collectie van de Hand van Maradona is te zien op www.dehandvanmaradona.nl

De Hand van Maradona is het enige bedrijf dat origineel gesigneerde artikelen van voetbalgrootheden op professionele wijze op de markt brengt.

Grote voorjaarsschoonmaak



www.ibgincasso.nl



Geurt Hilmer, IBG Incasso

Ja ja. De lente is inmiddels aangebroken in Nederland. Soms lijkt het erop dat we nog in de herfst zitten maar we hebben ook al weer de eerste zomerse dag achter de rug. Maar toch kriebelt het weer in heel veel huishoudens. De donkere dagen zijn voorbij, de belastingformulieren zijn ingevuld, de zon komt vroeger op, de vogels beginnen weer te zingen. Laat de zomer maar komen. Maar eerst..... De voorjaarsschoonmaak.

Alles wordt opengezet, gelucht en gesopt. Net zoals onze ouders en grootouders vroeger deden. Alles wordt van de muur gehaald

en schoongemaakt. Kastjes leeggemaakt, uitgespit en gestoft. Vaak vind je nog wel eens "oud zeer" in die kastjes. Wat doe je ermee? Weer in je lade stoppen en dan hopen dat het er pas volgend jaar bij de volgende schoonmaak weer uitkomt? Of..... pak je het op en ga je ermee aan de slag om straks met een fris en fruitig maar vooral "leeg" hoofd de zomer in te gaan?

Deze situatie kan vergeleken worden met veel bedrijven. De meeste aangiftes zijn gedaan. De boekhouder is geweest. Het "oude" zeer komt soms naar boven in de vorm van oude vorderingen die nog niet betaald zijn. Gewoon wegstrepen en afboeken? Wel makkelijk, maar zonde. Bovendien controleert de Belastingdienst steeds meer of men er alles aan gedaan heeft om de factuur toch geïncasseerd te krijgen alvorens men akkoord gaat met de BTW teruggave. Het is toch geld. En waarom is er niet betaald? Kortom, je bent er weer mee bezig.

Maak uw hoofd leeg en schoon. Laat iemand die er verstand van heeft er naar kijken en een grote schoonmaak houden. Vaak is het zo dat spullen die je weggooit toch nog waarde hebben. Net zoals bij openstaande facturen. Kortom, maak schoon maar gooi niet alles weg. Sommige dingen hebben nog waarde. Geef het aan iemand die er wat mee kan. Wij kunnen u helpen.

Prettige schoonmaak.



Huntenkring Business Club Voor iedere ondernemer een passend pakket



"ZZP"
€ 500,-



STANDAARD
€ 850,-



EXCLUSIEF
€ 1.375,-



RIANT
€ 2.500,-



QUALITY
€ 4.500,-



XXXL
€ 8.500,-

Business to business wordt zo tastbaar
Kijk voor meer informatie op www.huntenkringbc.nl

We nodigen u van harte uit een keer sfeer te komen proeven tijdens een van onze clubavonden in seizoen 2014/2015!
Dinsdag 2 december / dinsdag 3 februari / dinsdag 7 april / dinsdag 2 juni

Voor meer informatie, of om u aan te melden, neemt u contact op met
Peter Weijl (06-51321548), Jeroen Giezenaar (06-4210336), Ivo du Plessis (06-10716960), of Chantal Hulst (06-53449599).

Zaal de Zon presenteert tweede editie klasse en style

Zaal de Zon is sinds 2007 in handen van Wiljan en Moniek Messing. Ons bedrijf bestaat uit vakmensen die naast feesten, recepties en vergaderingen gespecialiseerd zijn in familiedagen, reünies, uitvaarten en catering. Ook verzorgen wij al uw wensen op locatie, of dit nu in een bedrijfshal of in de achtertuin is. We staan bekend om onze befaamde buffetten. Sluit een heerlijke dag af bij Zaal de Zon met een heerlijk diner, buffet of barbecue naar keuze.

Zalen

Onze zaal is geschikt vanaf 40 personen tot en met 400 personen. Voor kleinere gezelschappen hebben wij ons sfeervolle café tot beschikking, geschikt voor 15 t/m 80 personen. Deze ruimte kunt u gebruiken voor uw feest, diner, barbecue of vergadering. Voor elke gelegenheid en ieders budget biedt Zaal de Zon een passende invulling. Ook is er een grote parkeerplaats waar u gratis kunt parkeren.

Klasse en Style

Dit jaar organiseren wij de tweede editie van Klasse en Style op woensdag 16 en donderdag 17 september bij Zaal de Zon. Klasse en Style is een lifestylebeurs van diverse lokale ondernemers met allerlei activiteiten voor vrouwen tussen de 20 en 80 jaar. Naast informatie over reizen en medische zorg, is er onder andere een modeshow en wordt aandacht besteed aan huis en sfeer en make-up. Kijk op Facebook en op onze site www.zaaldezoon.nl voor tickets.

Christmas-Business event

Het Christmas-Business event is speciaal voor bedrijven. Wij organiseren naar wens uw kerstborrel en kerstmarkt voor uw medewerkers met all-inprijzen gebaseerd op 2 of

2,5 uur, inclusief een hapje en drankje. Een stampotbuffet is ook mogelijk. Lokale ondernemers staan klaar met een geselecteerd assortiment.

Uw voordelen?

Uw medewerkers gaan naar huis met een zelf samengesteld kerstpakket.
U creëert rust in de planning en organisatie
U stelt zelf een budget samen
U geeft de lokale economie een steun in de rug.

Het Christmas-Business event vindt plaats op donderdag en vrijdag voor de kerstvakantie. In overleg met u bepalen we het tijdstip.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Wiljan of Moniek Messing, Zaal de Zon in Varsselder, info@zaaldezoon.nl, www.zaaldezoon.nl, tel. 0315-681279 / 06-51 19 60 88



Zaal de Zon werkt samen met de leveranciers Jansen Food Service BV en drankenhandel de Terborgse Wijncentrale.

Jansen Food Service BV is een groothandel die tal van horecazaken, bedrijfskantines, scholen, recreatie en instellingen voorziet van food en non-food. Een totaalassortiment, goede service en het samenstellen van specifieke wensen, kenmerken het bedrijf voor de moderne ondernemer. Jansen Food Service BV is met 70 medewerkers een toonaangevende groothandel en levert vooral in de provincies Gelderland en Overijssel.

De samenwerking met de Terborgse Wijncentrale staat garant voor prijs en kwaliteit. U kunt terecht voor dranken, wijnen, kerstpakketten of eindejaarsgeschenken.

Terborgse Wijncentrale, een kijkje achter de wijnvaten.

WIE WEL EENS DOOR TERBORG RIJDT, ZIJN ZE VAST EN ZEKER OPGEVALLEN: DE WIJNVATEN AAN DE KANT VAN DE WEG, VLAK VOOR DE BRUG NAAR ETEN. DEZE VATEN VORMEN DE ENTREE NAAR EEN BEDRIJF DAT AL 25 JAAR OPEREERT ALS DRANKENLEVERANCIER VOOR HORECA EN GROOTVERBRUIK. BEGONNEN IN DE ACHTERHOEK, MAAR INMIDDELS MET EEN VERZORGINGSGEBIED VAN WINTERSWIJK TOT AAN UTRECHT EN VAN ENSCHEDE TOT AAN NIJMEGEN. LEES DE TEKST OP DEZE VATEN EN U WEET GENOEG: WELKOM BIJ DE TERBORGSE WIJNCENTRALE!

Nog op zoek naar een kerstpakket? Kijk eens op TWCKerstpakket.nl!



Foto: Guido Pelgrim

Speciaal voor de lezers van AchterhoekBIZ heeft de Terborgse Wijncentrale een vroegboek-actie bedacht. Maak vóór 1 september uw afspraak in de kerstpakketten- en relatiegeschenkenshowroom en ontvang een speciaal geschenk ter ere van de bloeiende samenwerking.

Wie achter deze vaten een paar stellingen met wijnflessen verwacht, komt echter bedrogen uit. Weliswaar liggen de wortels in de wijnhandel, in de loop der jaren is de Terborgse Wijncentrale uitgegroeid tot een totaalleverancier voor horeca en grootverbruik. Naast het agentschap van enkele grote bier- (Bavaria; Veltins; La Trappe) en frisdrankmerken (Coca-Cola; Pepsi) voert het bedrijf een uitgebreid assortiment aan overige bieren, wijnen en gedistilleerd, waarmee voorzien kan worden in de behoeften van een uitgebreide klantenkring – variërend van bedrijfskantines tot aan exclusieve restaurants en alles wat ertussen zit. Als oer-Achterhoeks familiebedrijf staan de persoonlijke relatie met de afnemers en het vervullen van een adviesfunctie hoog in het vaandel. Met als beste voorbeeld de jaarlijkse Bockbieravond in de stijlvol ingerichte Gelagkamer wordt getracht de persoonlijke relatie te benadrukken, maar proberen we ook, buiten onze rol als leverancier, een verbindende rol te spelen tussen onze relaties.

Ook in de evenementenwereld zijn de blauwe vrachtwagens van de Terborgse Wijncentrale een bekend gezicht. Veelal in samenwerking met partners Bavaria of Veltins belevert het bedrijf een groot aantal evenementen in de regio, van klein tot groot, met als meest aansprekende voorbeelden Huntenpop of de Zutphense Bockbierdagen. Hierbij beperkt het zich niet alleen tot de drank. Buiten het materiaal als taps, koelingen en (plastic) glaswerk wordt de jarenlange ervaring graag aangewend om mee te denken bij de totstandkoming van een evenement om deze tot een succes te maken.

Trends

Een branche die bij uitstek gevoelig is voor trends is de horeca. Van de Bacardi Breezer zo'n 15 jaar geleden tot de

Radler die tegenwoordig veel wordt gedronken: eens in de zoveel tijd duikt er een drankje op dat in korte tijd erg populair wordt. Als drankenhandel is het niet alleen belangrijk om deze trends tijdig te signaleren, maar ook om de klant op een juiste manier te adviseren. De Terborgse Wijncentrale onderhoudt nauw contact met zowel afnemers als leveranciers en is hierdoor in het verleden in staat gebleken om trends tijdig te signaleren of zelfs, in samenwerking met afnemers, trends te zetten. De groeiende populariteit van speciaalbieren was voor het bedrijf bijvoorbeeld aanleiding om het Speciaalbierenplein op Huntenpop in het leven te roepen. Niet alleen gaf dit een extra dimensie aan het festival, ook maakte het publiek kennis met speciaalbiermerken als La Trappe of Bronkchorster, die men later in de horeca weer tegenkwam.

Kerstpakketten en relatiegeschenken

Naast de drankenhandel is de Terborgse Wijncentrale ook actief in de verkoop van kerstpakketten en relatiegeschenken. Ooit begonnen door vaste klanten die met Kerst een flesje wijn voor hun relaties bestelden, is deze tak in 25 jaar uitgegroeid tot een volwaardige kernactiviteit. Hiermee is het bedrijf vorig jaar, onder de naam TWCKerstpakket.nl, een webshop gestart waarop voorgeselecteerde kerstpakketten en eindejaarsgeschenken kunnen worden besteld. De webshop

met het assortiment kerstpakketten voor 2015 is vanaf 1 augustus online. Wordt u liever geadviseerd bij uw aankoop? Maak dan een afspraak in de showroom. Niet alleen wordt u dan geholpen bij het samenstellen van uw kerstpakket, ook over financiële of belastingtechnische zaken wordt u naar wens geadviseerd. Een actueel onderwerp hierin is de nieuwe werkkostenregeling: gezamenlijk wordt voor u uitgezocht wat voor u van toepassing is en hoe u belastingtechnisch het beste uw geschenk kunt samenstellen. Kijk voor meer informatie op TWCKerstpakket.nl voor een uitleg over de nieuwe regeling.

Daarnaast zijn de activiteiten recent uitgebreid met de verkoop van relatiegeschenken gedurende het jaar. Hierin varieert het aanbod van een pen of sleutelhanger tot aan de nieuwste gadgets, naar wens bedrukt met uw logo of bedrijfsnaam. Ook hierin hecht het bedrijf waarde aan de adviesfunctie en persoonlijke benadering. Mede daarom is er besloten om (voorlopig) niet via internet te verkopen, maar te werken vanuit een catalogus en showroom. Deze werkwijze is een stuk persoonlijker en zorgt voor een goed en vertrouwd gevoel bij de klant. Voor meer informatie kunt u wél online terecht op de speciaal ingerichte relatiegeschenkenwebsite

www.twcrelatiegeschenk.nl



Foto: Guido Pelgrim

Freek Raben (Divisiemanager Horeca) controleert de uitgaande orders.

Conversie? Reken maar!

“Zeg Nino, wil jij niet eens een stukje schrijven voor AchterhoekBIZ?” Tuurlijk. Leuk. Doen we! Goed. Dat bleek makkelijk gezegd dan gedaan... Want waar moest ik over schrijven? Iets over mijn vakgebied. Maar als ICT'er trek je niet direct volle zalen. Al die techniek enzo. Enerverend is anders. Wacht! Online marketing. Heb ik uw aandacht? Vast wel. Online marketing is hot.

Bezoekersaantallen

Bij online marketing denken we al snel aan zoekmachineoptimalisatie. Zonder Google geen omzet. We zorgen voor een keurige SEO-webtekst. Gooien er nog een Adwords-campagne tegenaan. Voor wat extra traffic schrijven we een blog en plaatsen we wat banners. Lanceren een e-mailcampagne, Ziezo! Kom maar door met die bezoekersaantallen.

Bingo!

Inderdaad. Uw campagne blijkt een daverend succes. Had u vorige week nog 16 bezoekers op uw website; vandaag zijn dat er al 300! Bingo. Toch? Licht eraan. Weet u ook wat het conversiepercentage van uw website is? Of anders gezegd: hoeveel aanvragen (contactmomenten, aankopen, offerte aanvragen) krijgt u gemiddeld per dag of per week?

Weet u ook wat het conversiepercentage van uw website is?

Optelsom

Rekent u even mee. Stelt u zich voor dat uw website door dertig bezoekers is bezocht. Van die dertig bezoekers vragen er twee bezoekers een offerte bij u aan. Twee conversies op basis van dertig bezoekers = $(2/30) \times 100 = 6,66\%$ conversiepercentage.

Type koper

Een gemiddeld conversiepercentage ligt tussen de twee en negen procent, maar of 6,66% een goede of slechte score is, is sterk afhankelijk van de markt waarin uw bedrijf actief is. Meet u uw conversie op basis van het aantal aankopen, dan is bijvoorbeeld het type bezoeker van belang. Is de bezoeker een bedrijf of particulier? In het eerste geval is de kans op aankoop groter. Geld uitgeven van de baas is nu eenmaal makkelijker dan dat de aankoop uit eigen zak betaald moet worden.

Kwantiteit versus kwaliteit

Kortom, het aantal bezoekers van uw website zegt niet zoveel, het gaat om de kwaliteit van de bezoekers. Iemand met 300 bezoekers en twee conversies per dag, heeft via eerdergenoemde rekensom een conversiescore van 0,66%. Een aanzienlijk lagere score dan diegene die 'slechts' 30 bezoekers op zijn website heeft.

Visuele data-analyse

Feit is dat de investering van een website niet ophoudt na lancering. Het verhogen van conversie is essentieel voor het ontwikkelen van een succesvolle website. Google Analytics is een handige tool om inzicht te creëren in het gedrag van de bezoeker op uw website. Een tool als Mouseflow gaat nog een stap verder en geeft een visuele data-analyse van het surfgedrag op uw website. Een analysetraject dat goed gecombineerd kan worden met A/B testen.

Grote meerwaarde

En wie zit er bij u aan de knoppen? Weet u wat het effect is van kleurgebruik op uw website? Of welke teksten het beste aanzetten tot actie? Er zijn legio mogelijkheden om niet alleen de kwaliteit van uw website, maar ook uw conversie te vergroten. Daar hangt een prijskaartje aan, maar levert ook direct wat op. Ingewikkeld? Helemaal niet. Ik praat u graag persoonlijk bij.

Lezersactie

Speciaal voor de lezers van AchterhoekBIZ bieden wij 10% korting op een optimalisatietraject van een half jaar.

Interesse?
Neem contact op via
info@buroachterhoek.nl

Nino Uijting
I-Pulse internet solutions
Creative Director

www.i-pulse.nl



Nino Uijting
Fotografie:
Anita Broda
www.anitabroda.com

LEZERSTIP

AFAS TENNIS CLASSICS

AFAS Tennis Classics - Topevenement voor partners en relaties



Foto: Rien Hokken



v.l.n.r.: Sjeng Schalken,
Andy Roddick en Jacco
Eltingh

Geen poeha, maar warm en sfeervol

Richard Krajicek die in je hospitality-unit komt buurten en geanimeerd met je gasten in gesprek raakt. En vervolgens met ze op de foto gaat. Paar meter verderop, in een andere unit, zijn Paul Haarhuis en Sjeng Schalken -zelf ook ondernemer- in gesprek met gasten. Met wat geluk komen zij straks ook nog even aanwaaien in je unit.

Aan de andere kant van het prachtige VIP-dorp gaan Andy Roddick en Fernando Gonzalez op de foto met relaties en fans. Ze komen net van de baan, na een prachtpartij. De AFAS Tennis Classics ten voeten uit; geen poeha, maar intiem, warm, stijlvol en prachtig aangekleed. Voor onze relaties, partners en klanten is de Classics al dertien jaar een uniek feest. Dat we zijn uitgeroepen tot beste business-to-business event van ons land? Hartstikke leuk natuurlijk, maar wat nu telt is de AFAS Tennis Classics van 2015. Wij zijn alweer op zoek naar Wimbledonkampioenen met een

verhaal en spectaculaire winnaars van Roland Garros, de US Open of de Australian Open. Want 2015 moet minstens zo leuk, warm en sfeervol worden als 2014. Op naar de 250.000-ste bezoeker in 14 jaar! Een kwart miljoen!!

Nog nooit een Grand Slamwinnaar in je eigen unit gehad of een Wimbledonkampioen op een paar meter afstand zien tennissen? Van 26 t/m 29 november heb je de kans. Beleef het unieke karakter van de AFAS Tennis Classics mee als partner.

Redenen om erbij te zijn:

- Verwen relaties en zakenpartners in een stijlvolle en unieke sfeer
- Vier dagen land grote kampioenen te zien!
- Het hele jaar diverse netwerkbijeenkomsten met alle partners
- Bijna 200 bedrijven zijn partner van de AFAS Tennis Classics
- Ontmoet nieuwe relaties en deel kennis en kennissen
- Uitgeroepen tot het beste b-to-b event van Nederland
- Een unieke mix van topsport, entertainment en business
- Uitgebreide aandacht op radio, tv, online en geschreven media
- Dagelijks met de kampioenen op de foto
- Een fantastisch Netwerkpaviljoen en VIP-dorp
- Een fullproof event op social media

www.afastennisclassics.nl

AchterhoekBIZ VIP-arrangement

1 VIP-Business Seat bij de AFAS Tennis Classics inclusief toegang tot het VIP-dorp, parkeerkaart, welkomstdrankje en een boek van Jacco Eltingh "Een tennisbal als watermeloen". Kosten €90 per persoon excl. BTW. Mail: info@buroachterhoek.nl

 **AFAS TENNIS CLASSICS '15**
software 26 - 29 november OMNISPORT APELDOORN



Internetoplossingen op maat



Powered by I-Pulse

Onze diensten

- Websites
- Webshops
- Zoekmachinemarketing
- AdWords
- Apps
- Mobiele websites
- Social media
- Nieuwsbrieven

Herbestemming voormalig klooster geeft stadshart Doesburg stevige impuls

Arsenaal nu multifunctionele ontmoetingsplek

ALS IN DOESBURG DE MARTINIKERK DE MOEDER ALLER GEBOUWEN IS, DAN IS HET ARSENAAL HAAR DOODGEWAANDE ZUSTER. MET DIE FRAAIE LITERAIRE VOLZIN BESCHRIJFT AUTEUR FRANK WEETINK PRECIES WAAROM HET HANZESTADJE AAN DE RAND VAN DE ACHTERHOEK ZICH GELUKKIG MAG PRIJZEN DAT HET VOORMALIGE KLOOSTER IN HET CENTRUM NA JAREN VAN VERPAUPERING IN RAP TEMPO IS OMGETOVERD TOT EEN MULTIFUNCTIONELE HOTSPOT.



Foto: Marieke Das

Het succesvol exploiteren van historische bouwwerken van monumentale omvang in oude binnensteden blijkt in de praktijk allesbehalve een sinecure. Ook in het schilderachtige Doesburg weten ze daar alles van. Niet voor niets heeft het beeldbepalende Arsenaal uit 1309 lang op geschikte herbestemming moeten wachten. Pas toen de gedreven ondernemers Mano Dijkman en Ton van Stiphout begin vorig jaar de mouwen opstroopten, gloorde voor het aandacht trekkende pand in de stadskern een kansrijke, nieuwe toekomst. Temeer omdat hun voornemens bij de gemeente Doesburg en Arthur Balduk, investeerder en eigenaar van het eeuwenoude voormalige begijnhof, in goede aarde vielen.

Ontmoetingsplaats

In het historische bouwwerk huizen onder meer een grand café, een filmhuis met 60 stoelen, een sociëteit, een wijnkoperij en een stadsbrouwerij. Op de derde verdieping zorgen galeries met exposities en workshops voor kunst en cultuur. Ook heeft Het Arsenaal zeven hotelkamers, ruimten voor ballet, yoga, mindfulness en taichi, een moderne vergaderzaal, een fotostudio, een moestuin van circa 300 vierkante meter en een kruiden- en bloementuin met loslopende kippen en twee Hongaarse wolven. “We streven duurzaamheid na”, zegt uitbater Mano Dijkman. “Het pand heeft een open karakter om kruisbestuiving van de verschillende disciplines te bewerkstelligen. Want alleen zo is een gebouw als dit gezond te exploiteren”.



Foto: Bas Weetink

Het Arsenaal in de historische binnenstad van Doesburg is nu een bijzondere culturele ontmoetingsplaats

Open

Iedereen die voor een specifiek doel naar Het Arsenaal komt, krijgt dan ook automatisch te maken met alle andere mogelijkheden. Brengt u uw kinderen naar dansles, dan kunt u ook zien dat er 's avonds een film draait in het filmhuis en dat er een hapje gegeten kan worden in het grand café of een heerlijk biertje gedronken uit de eigen stadsbrouwerij in de grootste kelder van Doesburg. Dijkman: “En wat te denken van een lunch uit de keuken terwijl je boven kantoor houdt of gebruikmaakt van de vergadermogelijkheden. De gasten die een van de passend ingerichte kamers hebben geboekt, kunnen naar wens hun rust of reuring ter plekke of in de omgeving vinden. De culturele toerist ontdekt een ‘beeldentuin’ die door de enorme moestuin loopt en galeries die boven in het pand worden bevolkt door kunstenaars die er workshops geven. Kunst en cultuur passen naadloos in dit van oorsprong 14e eeuwse onderkomen”.

Visie

De in Oost-Gelderland breed gedragen aanpak van Dijkman gaat naar eigen zeggen verder dan zomaar herbestemming van het historische kloostercomplex. “Het gaat om de mensen die er werken, de gasten die er zich thuis moeten voelen en

de Hanzestad Doesburg, die een van de oudste en fraaiste gebouwen in ere hersteld weet”, is zijn overtuiging. In en rond de tuinen, in de bierbrouwerij, maar ook elders in Het Arsenaal valt niet alleen het enthousiasme van het personeel op maar ook de zingeving van mensen van de zorginstelling in het onderhoud en behoud van dit alles.

Door de multifunctionele sfeer, de ontmoeting van de kunstenaar met de zakenman en die van de toerist met de kok bij het vergaren van verse ingrediënten in de moestuin, voelt iedereen zich thuis in de duurzame omgeving.

Het Arsenaal geeft een extra ‘ankerplaats’ aan Doesburg, dat een bezoek meer dan waard is. Het etablissement zelf, maar straks ook museum Laliq en de Turfhaven, maken dat mensen van buitenaf ook kunnen landen in Doesburg om vervolgens op ontdekkingsreis te gaan en dit prachtig bewaarde Mosterdstadje te beleven.

www.hetarsenaal1309.nl



HET ARSENAAL 1309



Stichting Sravana Doetinchem onderscheiden met Cor Huntelaar Ring 2015 van De Graafschap

Tekst: Ed Smit Fotografie: Carlo Stevering

De CH-ring wordt sinds 2008 uitgereikt aan een persoon of organisatie die zich maatschappelijk verdienstelijk maakt in de Achterhoek. De CH-ring 2015, die is ingesteld ter nagedachtenis aan Graafschapper Cor Huntelaar, werd donderdagmiddag in een zonovergoten tuin van Hotel Villa Ruimzicht uitgereikt tijdens de jaarlijkse Haringparty van De Graafschap.

Het juryrapport was lovend over de Stichting Sravana. Hierin sprak de jury haar waardering uit over de wijze waarop Sravana voorziet in een grote behoefte, die veelal op stilzwijgende wijze geschiedt.

Jaarlijks biedt het Gasthuis Sravana in Doetinchem aan een veertigtal mensen een laatste gastvrije en vredige verblijfplaats. De naasten worden nadrukkelijk daarbij betrokken en zijn er altijd welkom.

Professionele verpleegkundigen werken zij aan zij met zeer betrokken en deskundig opgeleide vrijwilligers. Sravana biedt de zorg niet alleen in het Gasthuis, maar indien mogelijk ook in de thuissituatie. Wat je vaak terughooft, is dat wij als Sravana een luisterend oor hebben, er bewust voor elkaar zijn en persoonlijke zorg en begeleiding, hoog in het vaandel hebben staan.

De Stichting Vrienden van Sravana spant zich momenteel in om een grote renovatie en uitbreiding van het Gasthuis te financieren.

Tijdens de Haringparty op 11 juni jl. werd onder toezicht van notaris Pieter Reijenga een vaatje haring verlost. De opbrengst van de verloting (€ 1.860) gaat geheel naar De Stichting Sravana.

Voor meer info

www.sravana.info



Ambassadeurs:



Partners:





Op 9 september vindt het Netwerk & Golfevent plaats op de Keppelse Golfclub.

Foto: Jan van Meeuwen

Achterhoeks Netwerk & Golfevent

DE KEPPELSE GOLFCLUB, AL BIJNA 90 JAAR OUD MAAR NOG SPRINGLEVEND, LIGT BIJ HET ACHTERHOEKS DORPJE HOOG-KEPPEL, OP CA. 20 MINUTEN RIJDEN VAN DOETINCHEM. HIER WERD IN 1926 DE EERSTE BAL GESLAGEN EN DAARMEE IS DE KEPPELSE ÉÉN VAN DE OUDSTE GOLFCLUBS VAN NEDERLAND. HET IS NOG EEN ECHTE VERENIGING MET VRIJWILLIGERS DIE SAMEN MET PROFESSIONALS ER EEN BLOEIENDE EN GEZELLIGE GOLFCLUB VAN MAKEN WAAR U ONGEDWONGEN KUNT SPELEN IN EEN PRACHTIGE LANDELIJKE OMGEVING.

De Keppelse Golfclub beschikt over een prachtige 18-holes baan met twee verschillende karakters. Een deel van de holes ligt tussen de bossen en weilanden en gaat op in de omgeving en een deel heeft een heel open karakter met veel waterpartijen, glooiende greens en uitdagende fairways met strategisch geplaatste bunkers. De baan begint en eindigt bij het nieuwe clubhuis. Tevens bieden wij u de mogelijkheid om een 9-holes ronde te spelen die, net als de 18-holes, begint en eindigt bij het clubhuis.

In maart van dit jaar is het nieuwe clubhuis "De Nieuwe Wehme" geopend waar u voor en na het golfen kunt genieten van een prachtig uitzicht over de golfbaan vanuit het restaurant maar ook vanaf het terras bij mooi weer.

Het professionele horecateam staat elke dag tot uw dienst van 's morgens negen uur tot een uur na zonsondergang. In een sfeervolle entourage geniet u van een ruime keuze aan heerlijke gerechten. U kunt hier niet alleen terecht voor een heerlijk kopje koffie of cappuccino, maar ook voor een lunch en wisselende dagschotels of de heerlijke special van de chef. Voor de wijnliefhebber serveert het team diverse wijnen per glas of per fles.

In het nieuwe clubhuis is ook het secretariaat gevestigd waar u eenvoudig een 9- of 18-holes greenfeekaart kunt kopen maar waar u ook terecht kunt voor andere verenigingszaken. Vorig jaar is de Keppelse Golfclub een samenwerking aangegaan met de Nijenhuis Golf Academy uit Lochem, een professionele academy met passie voor golf. Hier kunt u terecht voor

deskundig advies over lessen of clinics en voor aanschaf van de nieuwste golfkleding en golfmateriaal. De golfshop is ook gevestigd in het nieuwe clubhuis.

Bij het nieuwe clubhuis en de ruime goed bereikbare parkeerplaats vindt u de driving range, en putting - en chippinggreens waar u uw golfspel kunt verbeteren, eventueel met behulp van één van de pro's.

Bent u geïnteresseerd in een lidmaatschap of wilt u informatie over sponsoring of een zakelijk lidmaatschap, dan kunt u zich per e-mail richten tot :

- secretariaat@keppelse.nl voor informatie over lidmaatschap
- sponsor@keppelse.nl voor informatie over mogelijkheden voor sponsoring of een zakelijk lidmaatschap

Uitnodiging Achterhoeks Netwerk & Golfevent, woensdag 9 september 2015

Ook dit jaar organiseert AchterhoekBiz weer een Netwerk & Golfevent. Dit Netwerk & Golfevent vindt plaats op 9 september 2015 op de Keppelse Golfclub. U bent van harte uitgenodigd om deel te nemen aan dit event. Er wordt een 9-holes wedstrijd gespeeld met een shotgun start. Daarnaast bieden we (nog) niet of beginnende golfers de mogelijkheid voor het volgen van een clinic via de pro's van de Nijenhuis Golfacademy. De middag wordt afgesloten met een barbecue of diner in ons restaurant. Het inschrijfgeld voor dit golfevent bedraagt € 95,00 per persoon waarvan € 10,00 wordt besteed aan een goed doel. Het goede doel en de opbrengst worden tijdens de prijsuitreiking na afloop van de wedstrijd bekend gemaakt. Het inschrijfgeld dient op woensdag 9 september bij de aanmelding voldaan te worden.

Schrijf u snel in want het aantal deelnemers voor zowel de wedstrijd als clinic is beperkt. U kunt zich inschrijven via sponsor@keppelse.nl onder vermelding van: naam, adres, postcode en woonplaats, email, telefoonnummer (mobiel), deelname aan 9-holes wedstrijd of clinic en uw golfhandicap indien van toepassing.

De inschrijving sluit op vrijdag 4 september aanstaande.

De agenda van de middag ziet er als volgt uit :

- **14.30 uur** - Inloop en ontvangst met koffie in het nieuwe clubhuis
- **15.00 uur** - Opening AchterhoekBiz Netwerk & Golfevent
- **15.15 uur** - Start wedstrijd of clinic
- **17.15 uur** - "After Golf" netwerkborrel
- **18.00 uur** - Prijsuitreiking en bekendmaking goed doel en de opbrengst
- **18.15 uur** - Bbq of diner, afhankelijk van het weer.
- **20.00 uur** - Afsluiting AchterhoekBiz Netwerk & Golfevent

Op deze wijze bieden wij u een mooie gelegenheid om kennis te maken met de Keppelse Golfclub. Naast golfen kunt u bovendien op een prachtige baan netwerken in een uiterst prettige en sfeervolle entourage. Wij kijken er in ieder geval naar uit u te mogen ontmoeten op de Keppelse Golfclub.

Michael Hazersloot,
Voorzitter Sponsorcommissie



Keppelse Golfclub

Keppelse Golfclub
Burg. Vrijlandweg 35
6997 AB Hoog-Keppel
T 0314 38 14 16
I www.keppelse.nl
@ info@keppelse.nl



Foto: Jan van Meeuwen

Waarom een incentivereis met je personeel?

Naam: Constantijn Jakobs
Bedrijf: www.gaba.nl
Functie: Directeur



een geweldige reis in april 2013 die geheel aan onze wensen en verwachtingen heeft voldaan. We hebben gefietst, een gps-teamtocht volbracht, aan het strand gerelaxt, over de havenpromenade geflaneerd, heerlijk gegeten (o.a. een geweldige tapastour door de binnenstad) en daarbij hadden we een zeer goed hotel in het centrum. Onze medewerkers en hun partners zijn hierdoor dichter bij elkaar gekomen en er wordt tijdens allerlei bijeenkomsten nu nog vaak over gesproken.

Een echt hoogtepunt dus waarbij medewerkers het gevoel hebben in het succes van ons bedrijf te delen en - in ons geval - ook de partners van onze medewerkers. Wij zullen een dergelijke reis dan ook om de 3 jaar herhalen (en als er een andere aanleiding is, nog vaker). De kosten hiervan vinden wij meevallen aangezien je dit moet zien in een percentage van de loonsom en je op deze wijze je medewerkers op een andere manier beloont dan enkel via de loonstrook. Daarbij komt, dat hetgeen je terugkrijgt van je medewerkers, echt onbetaalbaar is!

We zijn heel erg tevreden dat **Training en Travel** ons hierbij zeer vakkundig heeft geholpen en heeft ontzorgd. Het bedrijf denkt mee, is accuraat, flexibel en begeleidt de hele reis, zodat wij ons zelf nergens over hoefden te bekommeren en alleen maar hoefden te genieten! Wij kijken dan ook graag terug op deze succesvolle reis naar Malaga en ook alvast vooruit naar de volgende trip.

Constantijn Jakobs, directeur www.gaba.nl

Gaba Arnhem is al 78 jaar actief in de branche verzekeringen en makelaardij. Ons bedrijf wordt gevormd door onze mensen die zich dagelijks met hart en ziel inzetten en op positieve en spontane wijze onze klanten verder helpen. Het is er mij als werkgever dan ook veel aan gelegen om deze band zo sterk mogelijk te houden en een cultuur te creëren waarin medewerkers (en daardoor ook hun gezin) zich prettig voelen. Dit geeft een grote saamhorigheid dat zich vertaalt in een laag ziekteverzuim en een fris, hardwerkend bedrijf dat de toekomst positief inziet.

Zo zijn wij met ons gehele team met Training en Travel met 50 personen op incentive naar het Spaanse Malaga geweest. Het was

Continuïteit grootste uitdaging familiebedrijf

Unieke leergang Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Het familiebedrijf als economische ruggengraat

In Nederland zijn circa 260.000 familiebedrijven actief en zij vertegenwoordigen 53% van het bruto binnenlands product. Daarnaast zijn ze verantwoordelijk voor 49% van de werkgelegenheid. Het is dus niet vreemd om te stellen dat familiebedrijven de ruggengraat vormen van de Nederlandse economie. Dat geldt ook zeker voor de Achterhoek.

Tot een aantal jaren geleden werden familiebedrijven vooral gezien als traditioneel en minder professioneel. Dit in tegenstelling tot beursgenoteerde bedrijven die hoge groei- en winstcijfers lieten zien. Het rendement lag bij familiebedrijven beduidend lager ten opzichte van de beursgenoteerde bedrijven. Nu veel bedrijven, waaronder ook beursgenoteerde bedrijven, door de economische neergang in de problemen zijn gekomen, blijkt hoe solide veel familiebedrijven zijn. Met dank aan hun vaak terughoudende wijze van financiering, solide financiële buffers en langetermijnfocus. Familiebedrijven tonen dus veerkracht, maar juist in de overdrachtsfase blijkt vaak energie verloren te gaan. Naar schatting vinden jaarlijks ca. 16-18.000 overdrachten plaats. De doorlooptijd is vaak onnodig lang. Het blijkt namelijk dat 47% van de familiebedrijven geen voorbereidingen heeft getroffen en dat 62% van de overdrachten wordt uitgesteld vanwege emoties. Zodoende kan de uitvoering van een overdracht of verkoop maximaal 1,5 jaar duren.

De leergang borgt de continuïteit

Het traject naar bedrijfsoverdracht brengt dus relatief veel risico's met zich mee, maar biedt ook kansen voor een toekomstgerichte bedrijfsstrategie. Om die reden heeft de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) een leergang ontwikkeld, waarbij actuele kennis en praktische tools centraal staan. De opleiding bundelt de expertise van diverse kennispartners (ING, BDO, MKB-winstpunt en Dirkzwager) en staat onder leiding van programmadirecteur Mr. Jurgen Geerlings. Als directeur van het Instituut voor Familiebedrijfskunde kent hij als geen ander de problematieken waar ondernemende families mee te maken hebben. Het meest kenmerkend voor familiebedrijven, aldus Jurgen Geerlings, is de combinatie van eigendom en zeggenschap. Deze verhouding staat onder continue invloed van allerlei factoren, die zorgen voor dynamiek en druk. Aan de hand van een overzichtelijk 3-cirkelsmodel brengt Geerlings in beeld hoe familie, bedrijf en eigendom afhankelijk van de levensfase van een organisatie verschillend

met elkaar in verhouding staan. Het is vanzelfsprekend van belang om de harmonie te bewaken, maar wel met voldoende oog voor wat het bedrijf nodig heeft. Het is de kunst om ambities en competenties van alle betrokken familieleden te matchen met de uitdagingen in de organisatie en haar markt. Een familiestatuuut kan daarbij als 'grondwet' de onderlinge verhoudingen vastleggen, waarbij de familiewaarden centraal staan.

Geerlings is erg enthousiast over de rol die in de leergang is weggelegd voor een drietal coachingsbedrijven. 'Dit zijn familiebedrijven die een fase van overdracht doorlopen hebben en hun ervaringen willen delen met de deelnemers in de leergang. Dit biedt enerzijds diepgang en anderzijds ook praktische handreikingen'. Het gaat om wijnhuis Robbers en van den Hoogen, Antonio Shining Places en Banken Champignons. Niet de minste bedrijven en toch voldoende divers om aansluiting te vinden bij de praktijk van de deelnemers', aldus Jurgen Geerlings.

De leergang bestaat uit 6 masterclasses gericht op essentiële thema's als strategiebepaling, leiderschap en familieverbanden. Vanzelfsprekend komen ook de financiële en juridische instrumenten aan bod, die strategie en afspraken moeten borgen. Centraal staan echter de kracht van de familie en de kansen in hun omgeving. De deelnemende bedrijven werken gedurende de leergang aan een eigen continuïteitsplan. Zodoende krijgen zij tijdig de aandachtspunten in hun specifieke situatie boven water en wordt overdracht een logisch proces in plaats van een losse transactie.

De opleiding is uitdrukkelijk regionaal gericht op kleinere familiebedrijven in de provincie Gelderland. Kortom: een ondernemersopleiding van de HAN voor en door ondernemers, gericht op de motor van de Gelderse economie.

Meer informatie

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Dhr Hans Busio: hans.busio@han.nl of 06 55 29 13 10

www.han.nl, zoekterm: familiebedrijf



Mr. Jurgen Geerlings

Bespaar tijd en geld op uw bedrijvenpost!



SBPost heeft als doel bedrijven, instellingen en gemeentes in de regio geheel of gedeeltelijk te ontzorgen van haar postkameractiviteiten door post en mailingen te halen, brengen, frankeren, sorteren en te bezorgen.

SBPost is al postbezorger voor meer dan 500 bedrijven, gemeentes en instellingen in de Achterhoek.

Kortingen op de dagelijkse landelijke post lopen op tot meer dan 30%

Voor meer info:

Bel 0313-670 290 of mail naar sales@sbpost.nl

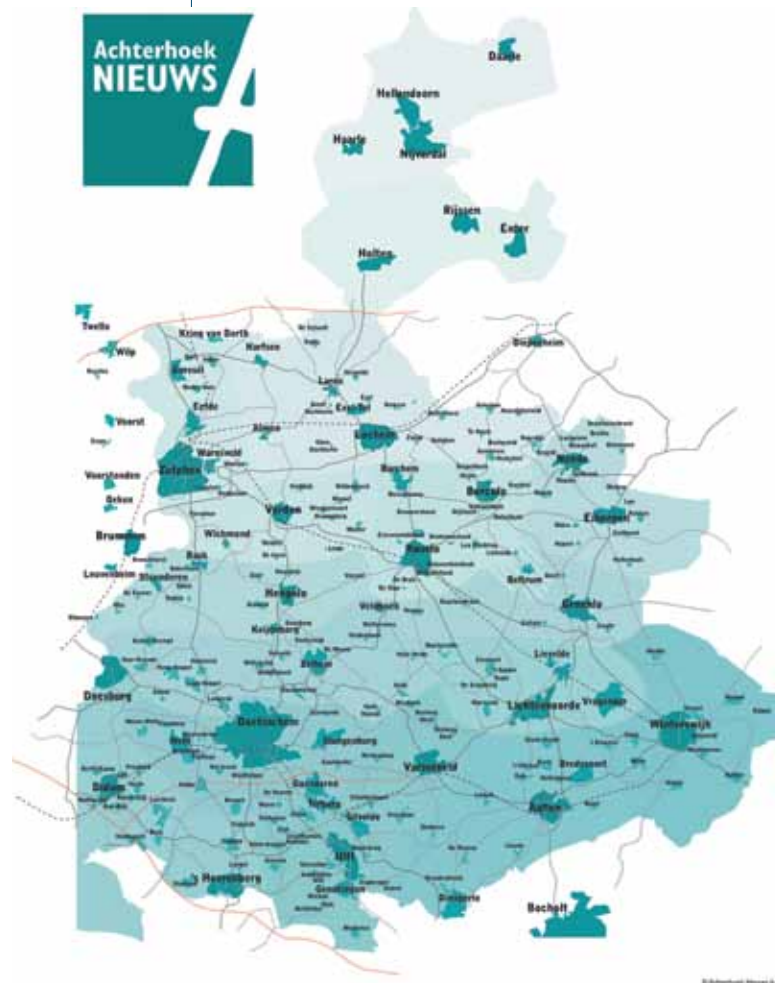
www.sbpost.nl

SBPOST

Twée innovatieve uitgevers met passie voor lokaal nieuws richten Achterhoek Nieuws BV op

Weevers en BDUmedia samen nog sterker in de Achterhoek

ACHTERHOEK - EÉN PARTIJ DIE MET AL HAAR LOKALE WEEKBLADEN EN ONLINE NIEUWSMEDIA STEVIG IN DE ACHTERHOEKSE SAMENLEVING WORTELT, DIE IS ER VANAF 1 JUNI. DE UITGEVERS WEEVERS UIT VORDEN/LICHTENVOORDE/ZUTPHEN EN BDUMEDIA UIT BARNEVELD/DOETINCHEM BUNDELEN HUN NIEUWSMERKEN ONDER DE NAAM ACHTERHOEK NIEUWS BV EN VANAF DAT MOMENT BEDIENEN ZIJ HET BEDRIJFSLEVEN EN ANDERE ORGANISATIES MET EEN GIGANTISCH BE-REIK. DE LEZER PROFITEERT DAARNAAST VAN KWALITATIEF HOOGWAARDIG NIEUWS UIT DE HAARVA-TEN VAN DE SAMENLEVING.



Beide partijen bogen op vele tientallen jaren ervaring in de lokale uitgeefwereld. BDUmedia bestaat al meer dan 140 jaar en van de kranten die Weevers uitgeeft, zagen de eerste titels ruim 75 jaar geleden het levenslicht. Wat beide bedrijven gemeen hebben, is de wil om te innoveren en de passie voor écht lokaal nieuws. Gerhard Weevers, directeur van de nieuwe uitgeverij Achterhoek Nieuws BV: "De visie van BDUmedia past uitstekend bij de onze. Door samen te werken staan we nu sterk als één partij die in staat is om organisaties - groot en klein, online en offline - met de gehele Achterhoek te verbinden dankzij een portfolio met uitsluitend zeer sterke nieuwsmerken."

Directie Weevers en Achterhoek Nieuws

De gehele organisatie van Weevers wordt momenteel bestuurd door een tweekoppige directie, bestaande uit Gerhard Weevers en Rob van Dijk. Zij zijn nu allebei nog verantwoordelijk voor de twee disciplines binnen het bedrijf: multimediale communicatie (concept, creatie en realisatie) en de uitgeverij (weekbladen, specials en diverse digitale uitgaven). Door de uitbreiding van de uitgeverij krijgt elk directielid nu een eigen focus. Rob van Dijk gaat zich volledig richten op multimedia en Gerhard Weevers op de uitgeverij. Wel blijven ze elkaars sparringpartner.



Gerhard Weevers (rechts) wenst Rob van Dijk veel succes in zijn nieuwe functie als directeur van Weevers.

Foto: Bernadet te Velthuis

Loket voor de gehele Achterhoek

Wiljo Klein Wolterink, uitgever van BDUmedia over de nieuwe samenwerking: "Door het bundelen van de krachten vormen we een informatie- en communicatieloket voor de gehele Achterhoek. Doublures worden hiermee voorkomen en er wordt gebruikgemaakt van elkaars kennis en expertise."

Focus op lokaal nieuws

Niet alleen de klanten, maar ook de lezers en bezoekers van de nieuwsites zullen profiteren van het feit dat deze twee uitgevers de handen ineen slaan. De focus ligt, zowel online als offline, op lokaal nieuws liggen waarin de lezer zich duidelijk herkent. Tegelijkertijd biedt de nieuwe samenwerking de mogelijkheid om met name in de papieren krant Achterhoekbreed mooie en kwalitatief hoogstaande achtergronden en opinieverhalen te produceren. Hoofdredacteur Gerwin Nijkamp: "Het doel is een krachtige kernredactie te formeren die gevoed wordt door een lokaal zeer goed ingevoerd correspondentennetwerk en online communities met veel en waardevolle content." Nijkamp legt uit: "De afgelopen jaren hebben we bij Weevers onder meer de website Achterhoekagenda.nl gelanceerd en zijn we de samenwerking aangegaan met Achterhoekfoto.nl. Deze platforms bieden zowel de bezoekers/gebruikers als onze redactie een schat aan informatie en beeldmateriaal over activiteiten en evenementen in de gehele Achterhoek. Nu we als uitgever ons nog dieper in deze streek gaan wortelen, kunnen we deze online community nog verder versterken."

Achterhoek Nieuws BV staat organisaties bij met deskundig advies op maat over hun online en offline campagnes, brengt herkenbare verhalen via meerdere kanalen bij de nieuwsconsument, maar bovenal staan de medewerkers van deze uitgeverij middenin de Achterhoekse samenleving. De komende tijd krijgt de organisatie van de nieuwe uitgeverij verder vorm. De hoofdvestiging komt aan de Bleekwal 10 in Lichtenvoorde.

Bereik

De merken die Achterhoek Nieuws BV gaat uitgeven zijn Contact Zutphen-Warnsveld, Contact Bronckhorst Noord, Contact Bronckhorst Midden, Contact Bronckhorst Zuid, Stad Doetinchem, Aaltens Nieuws, Achterhoek Nieuws Winterswijk, Gelderse Post Oude IJsselstreek, Montferland Nieuws, Elna Lichtenvoorde, Groenlose Gids en de twee nieuwe titels Achterhoek Nieuws Eibergen-Neede en Achterhoek Nieuws Borculo-Ruurlo. Contact Ruurlo gaat op in Achterhoek Nieuws Borculo-Ruurlo, terwijl Achterhoek Nieuws Oost Gelre opgaat in Elna en Groenlose Gids. Daarnaast behoren ook Hellendoorns Nieuwsblad en Rijssens Nieuwsblad tot het portfolio van Achterhoek Nieuws BV. De totale oplage is 209.000.

www.achterhoeknieuws.nl



Foto: Gradus Alberts

Rechts op de foto
Frank Visser van Arendsen
Staalbouw

De Sterkste Man van Nederland op 6 juni was indrukwekkend om te aanschouwen. Op het DRU-terrein in Uift gingen veertien ijzersterke atleten tot 190 kilogram de strijd met elkaar aan op zes verschillende onderdelen.

De sfeer was goed! De entree was gratis waardoor de tribunes afgeladen vol zaten met mensen die de atleten bij elke inspanning aanmoedigden. Ook de VIP's en sponsors die aanwezig waren vermaakten zich kostelijk. Onder het genot van een hapje en een drankje aanschouwden zij in de brandende zon de wedstrijd. Helaas konden de drie Nederlandse deelnemers geen potten breken. Niels Gordijn raakte geblesseerd in de warming-up en kon daardoor niet van start. Alex Moonen (vorig jaar nog knap derde in de Champions League Holland) begon al niet fit aan de wedstrijd. Hij kon daardoor aan twee onderdelen niet deelnemen en eindigde zodoende als elfde. Voor zevenvoudig Nederlands kampioen Jarno Hams staat dit jaar alles in het

teken om voor de achtste keer Nederlands kampioen te worden. Hams liet met vlagen zien toch met de wereldtop mee te kunnen en besloot uiteindelijk als zevende zijn laatste internationale wedstrijd.

In de top was het spannend en ging de winst tussen de Pool Gregorz Szymanski en Zydrunas Savickas. Beide heren wonnen drie van de zes onderdelen, maar Savickas (viervoudig Sterkste Man ter Wereld) liet een steek vallen op het onderdeel Conans Wheel waardoor de Pool Szymanski met de winst aan de haal ging! De wedstrijd kun je in samenvatting later dit jaar terugzien op RTL 7 en Eurosport.

Organisator Paul Rabelink, tevens eigenaar van sport en gezondheidscentrum Physique, kijkt terug op een geslaagd evenement: 'Organisatorisch klopte het: mensen en sponsors waren enthousiast en tevreden en het was een mooie wedstrijd. Wat wil je nog meer?'

Sterkste Man bij Andriessen Bedrijfswagens Terborg

Andriessen Bedrijfswagens is gespecialiseerd in jong gebruikte, kwalitatief gewaardeerde bedrijfswagens. Naast een voorraad van 160 stuks leveren wij een brede dienstverlening, van het onderhoud tot schadeherstel, financiering en exportafhandeling.

Naar aanleiding van een gesprek met Paul Rabelink, organisator van De Sterkste Man van Nederland, hebben wij het evenement gesponsord omdat wij vinden dat deze sport een groot maatschappelijk belang heeft door onder andere de gratis toegang op een prachtlocatie bij de DRU. Het is een evenement van wereldklasse waarmee wij een groot deel van onze klanten kunnen bereiken in alle landen waar het evenement zeer gewaardeerd is.

De Sterkste Man wordt door 1 miljard mensen mondiaal

bekeken en wordt uitgezonden op onder andere Eurosport en RTL 7. Het was een geweldig mooi moment om de sterkste mannen ter wereld te mogen ontvangen bij Andriessen Bedrijfswagens.

Het is prachtig om te horen dat onder andere de wereldkampioen Ervin Katona uit Servië een BN'er is in eigen land, Zydrunas Savickas uit Litouwen, miljonair is en in de race is voor het burgermeesterschap, dat Jarno Hams voor Batavia een clip heeft opgenomen bij ICER, en aan een klusprogramma op tv meewerkt; Niels Gordijn Fysiotherapeut en personal trainer is en dat Alex Moonen zijn Master in aardrijkskunde heeft.

Wij hopen dan ook dat iedereen, net als wij, genoten heeft van deze challenge!

www.andriessenbedrijfswagens.nl



Foto: Gradus Alberts

De sterkste man ter wereld
Zydrunas Savickas



Foto: Simon Schutter

Organisator Paul Rabelink.



Foto: Gradus Alberts

NetwerkBIZ

Sfeerimpressie NetwerkBIZ-bijeenkomst op 2 april bij Mercedes Benzdealer Wensink

DE ALLEREERSTE NETWERKBIZ-BIJEENKOMST, IN NIEUWE STIJL WERD OP 2 APRIL IN DE VERNIEUWDE SHOWROOM VAN MERCEDES BENZDEALER WENSINK IN DOETINCHEM GEHOUDEN. OP DEZE PAGINA'S ZIET U EEN SFEERIMPRESSIE.

Voor onze volgende netwerkBIZ-bijeenkomst op 24 september zijn we te gast bij Virupa Solutions in Aalten. Met meer dan 22 jaar ervaring in huisstijlimplementatie en ontwikkeling is Virupa Visual Solutions in staat om vaak complexe projecten van A tot Z voor u te verzorgen. Het gehele traject in één hand, wel zo makkelijk. De huisstijl van uw organisatie is immers het visitekaartje. Uw klanten en relaties herkennen uw organisatie aan de huisstijl die ook meteen wat zegt over wie u bent en waar u als organisatie voor staat.

Een consistent doorgevoerde huisstijl op alle relevante 'touchpoints' is essentieel om het gewenste beeld dat u naar buiten toe wilt uitstralen verder te verstevigen. Het ontwikkelen en implementeren van een nieuwe huisstijl brengt de nodige voorbereiding met zich mee. Virupa neemt ons in de wereld van signing.

Ed Smit



Fotografie: Carlo Stevering

De volgende NetwerkBIZ:

Datum: 24 september 2015

**Lokatie: Virupa Visual Solutions,
Vierde Broekdijk 19 in Aalten**



Gastvrij voor elke gelegenheid

Samen genieten bij De Graafschap



Stadion De Vijverberg ligt op een **mooi**e locatie aan de rand van de stad **Doetinchem** en pal naast de bossen. Het stadion beschikt over **diverse vergader- en evenementenruimtes**. Voor de meest **uiteenlopende** zakelijke of particuliere **gelegenheden**.

→ Een mooie locatie

→ Verschillende ruimtes

→ Diverse arrangementen

→ Culinair veel te bieden

→ Rondleidingen

→ (Audiovisuele)
hulpmiddelen

→ Makkelijk te bereiken

→ 20 tot 1700 personen

Advies voor uw evenement?

Telefonisch via (0314) 36 84 50 of via
horeca@degraafschap.nl

www.degraafschap.nl/meeting-events

