



SUBARU

Confidence in Motion

FORESTER

Vindt u een laag brandstofverbruik, grip onder alle weg- en weeromstandigheden, bewezen kwaliteit en betrouwbaarheid belangrijk?

De nieuwe comfortabele SUV van Subaru heeft het allemaal in zich. De Forester is rijk uitgerust, heeft een max. aanhangergewicht van 2000 kg en is standaard voorzien van het Symmetrical All-Wheel Drive systeem.

Nu met gratis automaat t.w.v. € 2.000,-*.

De Subaru Forester is leverbaar vanaf € 34.995,-*

Beleef het avontuur met de Subaru Forester en maak direct een afspraak bij Automobielfabriek Th. Wenting B.V. voor een overtuigende proefrit.

Automobielfabriek
Th. Wenting B.V.
Wijnbergseweg 39-41
7006 AH Doetinchem
T (0314) 34 00 00
F (0314) 34 17 91
E info@thwenting.nl
www.thwenting.nl

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 Rijklaarmaken 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.

Drukwerk

Websites en webshops

PR en Communicatie

Sales

Marketing

Reclame

Journalistiek

Grafische vormgeving

SEO / SEA

Fotografie

Copywriting

BuroAchterhoek.nl

ZAKEN VOOR ELKAAR

Achterhoek BIZ

Achterhoek BIZ

Businessmagazine voor en door ondernemers in de Achterhoek en omstreken

Jaargang 3 | Nr. 3 | 2014

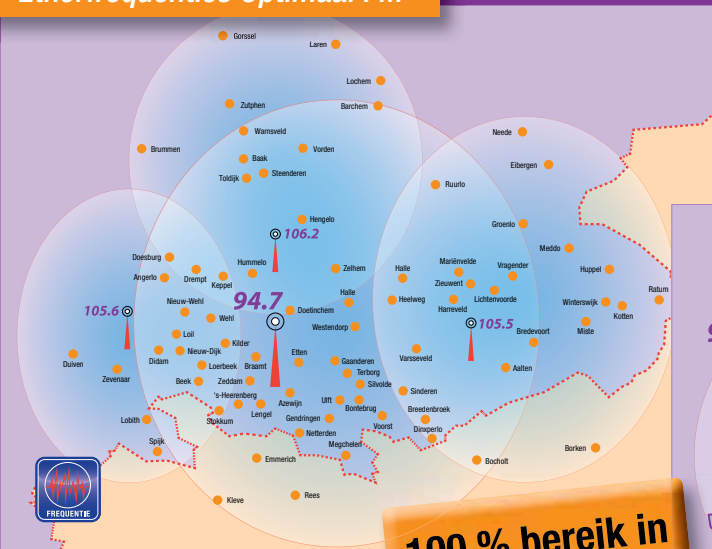


Interview Burgemeester Niels Joosten Props-Creations
Terborgse Wijncentrale Rij-impressie Autobedrijf Ruesink
Nature SX Golfbal Clean Tech Center Grip op Media

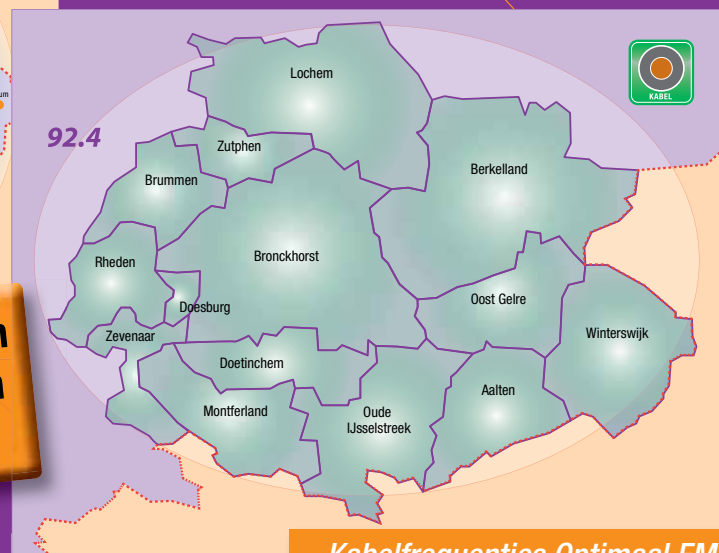
OPTIMAAL BEREIK IN DE ACHTERHOEK EN DE LIEMERS

Optimaal FM is een radiozender die haar uitzending vanuit Ulft verzorgd en heeft dagelijks 40.000 luisteraars. Mede door de diversiteit aan programma's is Optimaal FM de best beluisterde radio-zender in de Achterhoek en de Liemers.

Etherfrequenties Optimaal FM



**100 % bereik in
Achterhoek en
Liemers**



Kabelfrequenties Optimaal FM

Waarom radioreclame?

Radio is altijd en overal in de buurt van onze dagelijkse bezigheden. Actiematige campagnes zijn daarom zeer geschikt. Maar ook voor het opbouwen en behouden van naamsbekendheid is radioreclame het perfecte medium. De kracht van radioreclame is herhaling!

De radio is 24 uur per dag, 7 dagen in de week beschikbaar. In vergelijking met andere media is een investering in radioreclame één van de laagste, gebaseerd op kosten per duizend bereikte personen.

Wilt u meer weten?

Bel voor meer informatie met
een van onze media-adviseurs: - Jörg Knivink: 06 - 51 58 17 28
- Madelon Wissenburg: 06 - 20 29 90 86

Het Ritme van de Achterhoek.

Meer informatie? Kijk op www.optimaal.fm



Optimaal FM
Hutteweg 26a,
7071 BV Ulft
T 0314 65 23 45
F 0314 65 28 88
KvK 09098532
reclame@optimaal.fm
www.optimaal.fm



6 Interview Burgemeester
Niels Joosten
20 Terborgse Wijncentrale
24 Nature SX Golfbal
32 Grip op Media



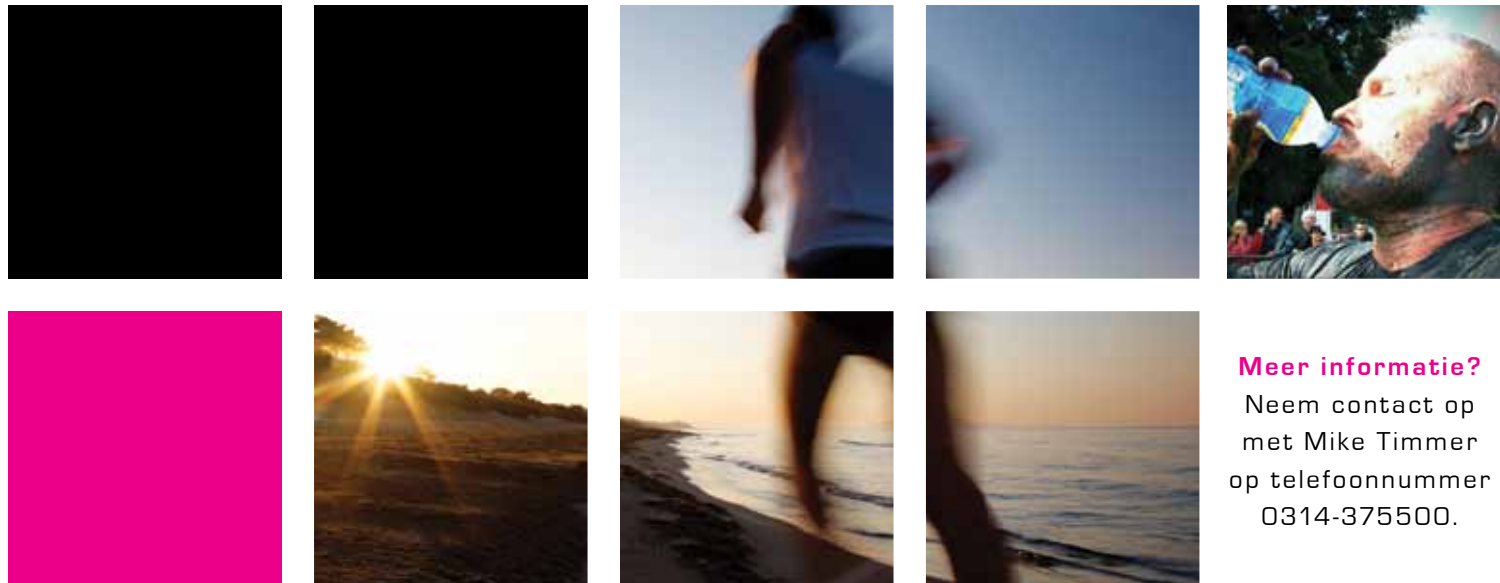
NOFOFIOH

Uitgever: Buro Achterhoek
Hoofdredactie: Ed Smit
Redactie: Jessica Schutten, Ed Smit
Fotografie: Joyce Schieven, Buro Achterhoek en
Carlo Stevering
Vormgeving: Jeannette Hekman
Redactie adres: redactie@achterhoekbiz.nl
Advertentieverkoop: sales@achterhoekbiz.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervaelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar

gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door printouts, kopiëren, 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



Meer informatie?
Neem contact op
met Mike Timmer
op telefoonnummer
0314-375500.

BAX2give Coast2Coast-run

BAX Advocaten Belastingkundigen zet zich al jaren op een sportieve wijze in voor goede doelen. Vanuit de Stichting BAX2Give is in december 2013 de **BAX2Give Elfstedenrun** georganiseerd. Maar liefst 55 sportieve deelnemers (waaronder 12 medewerkers) hebben een bedrag van ruim **€ 30.000,00** opgehaald voor het goede doel van 3FM Serious Request.

Ook in de komende jaren zet BAX Advocaten Belastingkundigen zich structureel in voor goede doelen, bij voorkeur niet enkel door het geven van geld, maar met name door de handen uit de mouwen te steken en het organiseren van (sportieve) activiteiten.

Coast2Coast-Run 2014

Dit jaar organiseert Stichting BAX2Give opnieuw een sportieve actie: de Coast2Coast-Run. Voor de sportieve kick, maar in het bijzonder om opnieuw geld op te halen voor 3FM Serious Request 2014. Dit jaar vragen zij aandacht voor vrouwen en meisjes die tijdens oorlog en conflicten slachtoffer worden van seksueel geweld.

Op 20 en 21 december 2014 lopen wij vanuit Hoek van Holland langs de mooie Noordzeekust naar Den Helder. Hardlopend over het strand, de meanderende fietspaden, door de duinen en langs de mooie kustlijn van Noord- en Zuid-Holland. Ons eindpunt: het Glazen Huis op de Grote Markt in Haarlem. BAX2Give streeft

er wederom naar om met een grote groep ondernemende Achterhoekers zoveel mogelijk geld in te zamelen voor het goede doel.

Steun onze actie

Surf naar: www.bax2give.nl

Stuur een e-mail naar: info@bax2give.nl

Loop mee met de Coast2Coast-Run

Bent u enthousiast geworden en wilt u mee lopen? Meld u dan aan via info@bax2give.nl.



BAX advocaten belastingkundigen
edisonstraat 86
7006 re doetinchem

t. +31(0) 314 37 55 00
baxadvocaten.nl
baxbelastingkundigen.nl

uw rechterhanden



Een steentje bijdragen

Uit onderzoek blijkt dat bedrijven steeds meer gedreven worden door sociaal en ecologisch duurzaam ondernemen. Een goede ontwikkeling! En dat zien we ook terug in de grote belangstelling voor deze thema-editie. In deze Achterhoek-BIZ leest u hoe verschillende bedrijven hun verantwoordelijkheid nemen richting medewerkers, leveranciers, klanten en de maatschappij.

Duurzame editie

Terwijl ik bezig was met deze speciale MVO-editie van AchterhoekBiz, bedacht ik: "Gebruik ik niet teveel papier met dit dikkere nummer? Is de distributie dan wel verantwoord?" Grip op Media, de drukker van dit magazine, verzekerde mij echter dat het papiersoort van deze uitgave het FSC-keurmerk heeft. Bovendien is de distributie verzorgd door SBPost, waar mensen werken met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Milieuvriendelijk bedrijf

Als ondernemer staat bij mij MVO hoog op de agenda. Bij de start van mijn eigen bedrijf in 2010 besloot ik een Fiat 500 aan te schaffen als bedrijfsauto. Deze auto is zuinig in verbruik, voldoet aan de milieueisen en was destijds nog vrij van wegenbelasting. Helaas is dat laatste inmiddels teruggedraaid door de politiek. Omdat ik veel vanuit huis werk, heb ik ook nagedacht over de energie die ik gebruik. Ook daarin draag ik mijn steentje bij door met Sepa-green in zee te zijn gegaan.

TwenteBIZ

AchterhoekBIZ doet het goed in haar 3e jaargang! We zijn verheugd u te kunnen melden dat de geslaagde opzet van het magazine uitbreiding krijgt met een nieuwe titel: TwenteBIZ. Voorjaar 2015 lanceren we de eerste uitgave in samenwerking met Grip op Media. De befaamde Achterhoek-BIZ borrel zetten we ook voort in Twente

met de TwenteBIZ borrel. Bent u actief met uw bedrijf in de regio Twente of wilt u onder de aandacht komen van Twentse ondernemers? Dan komen we graag met u in contact.

Vanuit AchterhoekBIZ en TwenteBIZ dragen we graag een steentje bij aan het genereren van meer business voor u als ondernemer. Of zoals we zeggen bij Buro Achterhoek: "Zaken voor elkaar"!

Ik wens u veel leesplezier met dit MVO-themanummer en hoop dat het u inspireert. Duurzaam ondernemen doen we immers niet alleen, maar samen.

Ed Smit
Uitgever



Burgemeester Niels Joosten staat voor samenspel tussen samenleving en gemeente

“Ik wil weten wat ondernemers en burgers beweegt”

Doetinchem is een duurzame centrumgemeente met een regionale functie in de Achterhoek. Het is er goed wonen, recreëren en werken, dankzij het sociale klimaat en de goede bereikbaarheid. Burgemeester Joosten: “Deze kwaliteiten van Doetinchem en de regio moeten we behouden en versterken bij verdere ontwikkeling.”

Tekst: Jessica Schutten Fotografie: Joyce Schieven

Er is een nieuw tijdperk voor de gemeenten angebroken. Een overheid die netwerkgestuurd is, burgers en ondernemers ruimte geeft en meer faciliteert. Deze rol past burgemeester Niels Joosten van Doetinchem als een jasje. Hij is een mensenmens, sociaal, betrokken en een echte netwerker. Het team van AchterhoekBIZ wordt hartelijk ontvangen in zijn kantoor. “Ik ben een gewone jongen en ben van mening dat je alleen goed kunt besturen als je weet wat er leeft in de gemeenschap”, vertelt Joosten, die inmiddels een half jaar werkzaam is als burgemeester. “Natuurlijk werk en leef ik in een politieke omgeving, maar ik ben er geen speler in. Ik richt me vooral op de verbindende kant. Mijn primaire verantwoordelijkheid ligt bij de samenleving en de rol van de gemeente hierin. Door juist de raad een spiegel voor te houden. Wat wil de samenleving en wat denkt zij? Wat vinden

burgers en bedrijven belangrijk en waar maken ze zich zorgen over? Geven politieke beslissingen antwoord op de vragen van de samenleving? Je kunt alleen beslissingen nemen als je weet wat ondernemers en burgers beweegt. Door er te zijn en deel te nemen aan evenementen is de afstand kleiner, wordt het contact makkelijker en ontstaan leuke gesprekken. Zo kan ik mijn functie beter uitoefenen.”

Publiek-Private samenwerking

De geboren Arnhemmer heeft Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en zakelijk inzicht in de genen zitten. Zijn vader was econoom en zijn moeder bioloog. Dat verklaart de groene werkomgeving, zijn gevoel voor natuur en tegelijkertijd een gezonde, zakelijke en hardwerkende inslag. Na zijn studie bestuurskunde aan de heao Enschede koos Joosten dan ook voor de publiek-private samenwerking en vanaf zijn

eerste werkervaring is hij betrokken bij de Achterhoek. “Het zakelijke trok me enorm en één van mijn eerste functies vervulde ik als leidinggevende bij het Recreatieschap Noord- en Oost Gelderland in Hummelo. Voor het eerst leerde ik het college van B&W kennen in de Achterhoek. De interesse voor de politiek kreeg ik tijdens mijn opleiding. Ik wilde me meer inzetten voor de samenleving en werd vrij snel raadslid en wethouder in Doesburg. Het is een prachtige leerschool geweest waar je te maken hebt met het complete politieke bestuur in een kleine setting. De rode draad in mijn carrière is altijd geweest om de overheid en het bedrijfsleven te koppelen, zowel als wethouder in Doesburg, freelance organisatieadviseur en als burgemeester van Brummen. Ik ken de Achterhoek goed en voel me in Doetinchem als een vis in het water. Het is een dynamische stad in een van nature duurzame regio. Ook »



“De rode draad in mijn carrière is altijd geweest om overheid en bedrijfsleven te koppelen.”

»Doetinchem en de Achterhoek hebben als uitdaging om meer samen te werken. Ik heb er lol in en wil dit graag vanuit mijn enthousiasme een stap verder brengen.”

MVO

MVO is een belangrijke peiler voor Doetinchem. De gemeente geeft in samenwerking met verschillende instanties invulling aan sociaal ondernemerschap, is Founder van de Doetinchemse Uitdaging en stimuleert duurzaamheid door samen met andere gemeenten de Achterhoekse Groene Energie Maatschappij (AGEM) op te richten. Voor Joosten voelt MVO als een soort ‘Naoberschap’, elkaar voorthelpen. “Je ziet Naoberschap in de Achterhoek bovenmatig aanwezig”, ervaart de nieuwe voorzitter van Regio Achterhoek. “Bedrijven voelen zich hier meer verantwoordelijk voor hun omgeving en medewerkers. Dat is er van oudsher. Dat brengt ons als regio dat we ook snel kansen zien. Ik ben ervan overtuigd dat bedrijven in deze regio het snelst innovaties kunnen verwezenlijken met als gevolg

dat mensen ook op het platteland kunnen blijven wonen. Ik noem als voorbeeld de aanleg van glasvezel, de ontwikkelingen van de 3D-printer, het aanleggen van slimme verbindingen of initiatieven in Doetinchem als de Stichting Present. Ik zie hier ontzettend veel kansen omdat de lijnen kort zijn. Bedrijven doen maatschappelijk mee en de werkgelegenheid met elkaar realiseren is een groot maatschappelijk belang. Het gunnen van opdrachten aan elkaar, gezamenlijk opleidingen, trainingen en stageplekken realiseren, dat is allemaal MVO.”

Steun voor ontwikkelingen

Hoewel de Achterhoek te maken heeft met een teruglopend aantal inwoners, heeft onze regio niet het officiële predicaat ‘Krimpregio’ gekregen van minister Stef Blok. Joosten verwacht dat onze regio hierdoor niet in aanmerking komt voor financiële voordelen van het rijk. “We doen het te goed en zijn een ontzettend dynamische regio. We wachten niet tot er problemen ontstaan en zijn ons bewust dat

we iets moeten doen. Dus we bedenken tijdig oplossingen. Ik ben er enerzijds blij om dat we geen negatief etiket opgeplakt krijgen. Maar ik heb bezwaar tegen het feit dat het rijk een eenduidig krimpbeleid hanteert met landelijke criteria. Elke regio heeft immers zijn eigen problemen. De Achterhoek kent geen fileprobleem, maar de treinen zitten vol en bereikbaarheid is

“Ik zie ontzettend veel kansen in de regio omdat de lijnen kort zijn.”

hier van groot belang. Afstanden zijn hier groot dus elke tijdswinst is van belang. We hebben geen verkeerskundig probleem met de A18, maar voor de toekomst van de regio is het belangrijk dat de snelweg wordt doorgetrokken. Studenten kunnen thuis blijven wonen en in Enschede studeren en ouderen kunnen langer op het platteland



“Het is belangrijk eerst te luisteren wat mensen beweegt en dan beleid te maken.”

wonen omdat de mantelzorger sneller op locatie kan zijn. Wees als rijk bereid om te zeggen dat er ook andere belangrijke criteria zijn in dunbevolkte gebieden. Doe het samen en zie de regio als geheel. Kijk naar gebieden waar je met bevolkingsdaling te maken krijgt en maak geen onderscheid tussen gemeenten op basis van statistieken. Dat moet niet bepalend zijn voor de steun van het rijk. Als het rijk slim is, geeft het extra steun voor Achterhoek 2020. In het najaar gaan we in gesprek met de minister en proberen we hem op andere gedachten te brengen.”

Samenwerking gemeenten

De toenemende samenwerking tussen gemeenten brengt ons bij de vraag of een verdere schaalvergroting van de gemeente te verwachten is. Burgemeester Joosten vertelt dat daar vooralsnog geen sprake van is. “We waren vergaand in gesprek met de gemeente Oude IJsselstreek, maar de gemeenteraden vonden het een stap te ver. We hebben besloten om daar niet in door

te gaan. Dat is een helder besluit geweest. Ondertussen zie je dat alle gemeenten niet zonder elkaar kunnen, samenwerken en voorzieningen delen. Dat doen zij met respect voor elkaar. Samen kun je betere en leukere dingen doen. Het is best mogelijk dat een en ander in de toekomst anders wordt vorm gegeven. Als voorzitter van regio Achterhoek wil ik de samenwerking samen oppakken. We zijn een leuke regio om daar sturing en coördinatie aan te geven en vooral vanuit de gedachte om het samen met het bedrijfsleven en organisaties te doen. We wachten niet, maar gaan snel op tafel en ondernemen actie. Die dynamiek maakt dat er goede dingen gebeuren.”

Toekomst

Alle Nederlandse gemeenten worden de komende tijd getroffen door bezuinigingen op de rijksuitgaven. Ook Doetinchem ontkomt daar niet aan. De inmiddels in Doetinchem woonachtige burgemeester benadrukt dat de politiek de keuzes hiervoor maakt. Voor hem staat voorop dat we naar elkaar luis-

teren en elkaar blijven opzoeken. Over de toekomstige rol van de gemeente is Joosten duidelijk: “De werkwijze van de gemeente is over een aantal jaren veranderd. Zij stelt zich op als partner van de samenleving. De stem van de burger wordt nog veel meer gehoord. Het is belangrijk eerst te luisteren wat mensen beweegt en dan beleid te maken. We hebben de mentaliteit van de mouwen opstropen en het samen doen. Ons DNA moeten we niet verkwanselen maar tot volle bloei laten komen. Dan komen er mooie dingen tot stand. Ook verwacht ik dat de samenwerking met buurtgemeenten, het bedrijfsleven en organisaties in de toekomst intensiever is geworden en dat we elkaar weten te vinden. Vervolgens gaan we samen de contacten met Duitsland versterken. Grensoverschrijdend samenwerken krijgt nog veel meer gestalte.”

Bruisende stad

De regio Achterhoek is voor Nederlanders een prachtige streek om te recreëren vanwege de mooie natuur. »

Business Club De Graafschap

Dé plek om nieuwe klanten en relaties te scoren!



De Business Club van Betaald Voetbal De Graafschap B.V. is met ruim 400 leden het grootste zakelijke platform van Oost-Gelderland. Dé plek om nieuwe klanten en relaties te scoren. Tijdens de thuiswedstrijden (17 per seizoen), maar ook tijdens de vele zakelijke bijeenkomsten (meer dan 25 per seizoen), zoals de Happy Hours en de Workshop Hours. U kunt kiezen voor Business Seats in de Business Club Lounge en / of Super Business Seats in de Sponsor Lounge.

Doelen realiseren

Behaal met sponsoring van De Graafschap concrete resultaten

Zakelijk geregeld

Een sponsorpakket op maat

Ondernemers treffen

Het grootste zakelijke platform van Gelderland

17 Thuiswedstrijden • 11 Happy Hours • 6 Power Hours • 6 Workshop Hours • 3 Breakfast Hours • 3 Meeting Lunch Hours • Eens per 2 jaar Zakenmanifestatie

Superboeren D'ran

Altijd creatief op zoek naar nieuwe, effectieve mogelijkheden

Meer informatie: **Betaald Voetbal De Graafschap B.V.**

Afdeling Commercie: 0314 – 368 458
info@degraafschap.nl / www.degraafschap.nl

»De stad Doetinchem vervult een bijzondere rol in de regio vindt Joosten. “Doetinchem heeft een echte centrumfunctie en beschikt over veel voorzieningen. Het is geen stad met historische gebouwen, maar heeft een sfeer die in de wijde omtrek ontzettend gewaardeerd wordt. Veel mensen komen hier winkelen en gaan hier een avondje uit. De sfeer, het enthousiasme en de service maken de stad bruisend. Dat zie je ook bij bedrijven. In de stad is veel bedrijvigheid. We streven naar innovatieve en duurzame economische ontwikkeling. In samenwerking met bedrijven is een economische visie en aanvalsplan ‘werk en economie’ opgesteld ter versterking van die innova-

“De Graafschap is hier ook een voorbeeld waar ik trots op ben.”

tiemacht. De vele innovaties in de regio ontstaan vanuit de creativiteit en nuchtere houding, een Superboerenkarakter. Over de Superboeren gesproken, De Graafschap is hier ook een voorbeeld waar ik trots op ben. Trots op de sfeer, de schaal en de samenleving die de club draagt. Ik heb alle vertrouwen in de kracht en flexibiliteit van de club. Ik verwacht dat Doetinchem ook in de toekomst een bruisende stad blijft, plezierig voor ouderen om te wonen en voor jongeren met goede verbindingen naar steden en stageplekken. Als we dat goed combineren dan blijft het de mooiste regio van Nederland. Ik heb in het eerste half jaar met veel mensen kennis kunnen maken en ben onder de indruk van de manier waarop burgers, ondernemers en organisaties omgaan met MVO. Daar mogen we trots op zijn. Door hard te werken en overal te zijn de komende jaren hoop ik de samenwerking en innovatie nog meer tot stand te krijgen. Met veel plezier zet ik dingen in gang en probeer ik de gemeente verder te helpen!”



“Ik ben onder de indruk van de manier waarop burgers, ondernemers en organisaties omgaan met MVO.”



G. Hilmer

IBG INCASSO & CREDITMANAGEMENT

Debiteurgericht incasseren. Bij aantoonbaar geen verhaal, betaalt onze opdrachtgever geen incassoprovisie en kan vaak alsnog geld ontvangen.

Mogelijkheid om meer geld te ontvangen, dan de hoogte van uw openstaande vordering.

- Pré Incasso
- Kredietcheck
- Juridisch Advies
- Verhaalsonderzoek
- Opmaken/screenen algemene voorwaarden
- Eigen buitendienst
- Debiteurenbeheer
- Minnelijk Incasso (incl. Duitsland)
- Gerechtelijke Incasso (incl. Duitsland)
- Online incassodossier bekijken.

IBG Incasso & Creditmanagement
Postbus 332, 7000 AH Doetinchem
Telefoon: 0314 - 20 01 29
E-mail: info@ibgincasso.nl - Website: www.ibgincasso.nl



Wereldberoemd in de Achterhoek in duurzaamheid en MVO

Kuster Olie is regionaal een belangrijke leverancier van brandstoffen en smeermiddelen voor de zakelijke markt. Vanuit de vestiging in Babberich richt Kuster Olie zich voornamelijk op de business-to-business markt. In de beginjaren werden de landbouw, transport en particulier voorzien van petroleum, huisbrand-, gas- en dieselolie.

Tekst: Kuster Olie Fotografie: Carlo Stevering

Tegenwoordig zijn de activiteiten uitgebreid met het leveren van producten aan garages, industrie, grondverzet, bouw en tankstations waaronder een aantal onbemande tankstations in de regio. Naast de traditionele en alternatieve brandstoffen hebben de tankstations van Kuster Olie nog meer te bieden. Zoals het station in Wijnbergen met een shop en een compleet truck- en carwashcentrum. Met de Kuster Olie tankpas kan men op tientallen plaatsen tanken in Nederland. Goedkoop, gemak en veilig tanken zijn de sterke punten van de Kuster Olie tankpas. Het aantal stations is de laatste jaren flink uitgebreid met o.a. iFuel tankstations, een nieuwe naam van (on)bemande stations in de regio. Kuster Olie is sinds anderhalf jaar ook actief in Duitsland onder de naam Kuster Oil. Vanuit de vestiging in Emmerich worden Duitse klanten bediend. Naast het leveren van brandstoffen kan er ook in Duitsland getankt worden bij twee tankstations. Het uitbreiden van de activiteiten op de Duitse markt is dan ook vanzelfsprekend.

Bij het tankstation in Wijnbergen verkoopt Kuster Olie ook een alternatieve brandstof: Groengas. Dit uit milieuoverweging maar ook uit ondernemingszin. Vooral overheid- en semi-overheidsinstellingen zoals gemeentes en woningcorporaties stappen voor hun wagenpark over op biobrandstof

en Groengas. Vanuit het bedrijfsleven zijn o.a. taxibedrijven grootverbruikers van Groengas. Tevens vind je bij het tankstation in Wijnbergen een oplaadstation voor elektrische auto's. De oplaadpaal van de stichting E-laad.nl wordt elke dag gebruikt om elektrische auto's op te laden. Kuster Olie bouwt dit jaar nog een LNG tankstation in Borculo samen met een aantal partners. Onder de naam LNG Achterhoek gaat Kuster Olie de transportsector bedienen met vloeibaar aardgas. LNG wordt naast diesel dé transportbrandstof van de toekomst. Vloeibaar aardgas zal de CO2 uitstoot aanzienlijk reduceren. Voor de komende jaren zet het bedrijf in op duurzaamheid, waarbij de toevoeging 'Cares for nature' als pay-off, aan de bedrijfsnaam is toegevoegd wat volgens Kuster Olie duidelijk moet maken dat het bedrijf oog heeft voor het milieu. Duurzaam onderscheiden en op deze manier boven de markt uitstijgen. Omdat de markt snel verandert, is het tijd om ondernemerschap te tonen. Kuster Olie wil zich ontwikkelen van 'brandstofleverancier' naar 'energieleverancier'. Kuster Energy zal dan ook in de toekomst



groene energie leveren aan haar huidige en toekomstige relaties.

Kuster Olie is sinds 2013 official sponsor van De Graafschap en exploiteert sinds begin 2014 een tankstation in de kleuren van de voetbalclub aan de Edisonstraat te Doetinchem. Door de sponsoring wil Kuster Olie voornamelijk de jeugd van De Graafschap ondersteunen. Een deel van de opbrengst van het 'De Graafschap' tankstation gaat naar een aantal goede doelen: Fatima, Bergh in het Zadel en de Klaas Jan Huntelaar Foundation. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en duurzaamheid staan bij Kuster Olie dus ook hoog in het vaandel, nu en in de toekomst.



Internetoplossingen op maat



Powered by I-Pulse

Onze diensten

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

Tragter Groep: Beter beveiligd!



Foto: Ruesink

In 2006 is Hans Tragter, na jaren geactiveerd te hebben bij een landelijk gerenommeerd bedrijf op het gebied van brandbeveiliging, zijn eigen bedrijf gestart. Als lokale partij op het gebied van brandbeveiliging is de Tragter Groep anno 2014 een bedrijf wat haar relaties een uniek Totaal Ontzorgingspakket op het gebied van veiligheid aanbiedt. Denk hierbij aan:

- Brandbeveiliging
- Opleidingen & Trainingen
- Keuringen
- Beveiligingssystemen
- Beveiliging
- Legionella beheersing

Tragter Groep telt inmiddels 18 medewerkers en is nog steeds een groeiend bedrijf met een landelijke dekking. Veel van de medewerkers rijden zowel privé als zakelijk dagelijks in een Citroën van Ruesink. Medio augustus wordt het wagenpark middels 3 stuks van het nieuwe type C1 uitgebreid.

De reden dat de Tragter Groep steeds trouw blijft aan Ruesink:

- Lokale partij
- Geweldige service
- Goede prijs / kwaliteit verhouding

www.tragtergroep.nl



Foto: Keuken van Hackfort

MVO – MISSIE OF MISÈRE?

MVO, over het algemeen vrij geïnterpreteerd als Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen begeeft zich momenteel in een vrije val. De consument beweegt zich schuchter en voorzichtig in het economisch verkeer en is terecht of onterecht kritischer dan voorheen, met alle gevolgen van dien.

Kan MVO dan een bijdrage zijn in het herstel van de economie of blijft het de betere borrelpraat van “gearriveerde” ondernemers? In mijn beleving gaat MVO om het optimaliseren van je product in symbiose met je werkkapitaal. Daarmee bedoel ik je menselijk werkkapitaal, al dan niet met de component sociale meerwaarde erbij. Dus met participatie van medewerkers die anders nimmer of zeer moeizaam aan de bak komen. MVO implementeren in je bedrijfs-DNA is iets wat je gezamenlijk doet. Op zich lijkt dit allemaal een logische volgorde, maar de economie is wel degelijk anders dan een aantal jaren geleden. Het

werkwoord van MVO is voor ons ‘deugen’. Deug je wel en ben je transparant, dan speelt dat in je voordeel. Ga je voor maximaal rendement (vraag je meer dan dat je werkelijk aan kwaliteit = toegevoegde waarde biedt), dan krijgen je afnemers argwaan en krijg je meteen virtuele feedback. Wie werkelijk en pragmatisch met MVO aan de slag wil gaan, moet zich afvragen waar de kerncompetentie van zijn bedrijf ligt. Als je hier de focus op legt en je gaat per keer met een onderdeel aan de slag, dan kun je ook gericht stappen zetten, communiceren, benchmarken en evalueren. Op het Wapen van Heeckeren kiezen we, net als voor de Keuken van Hackfort, voor

een mix van biologische ingrediënten en lokale producten, geproduceerd door producenten die deugen en een goede prijsstelling hanteren. Deze ingrediënten worden deels bereid door mensen die voor korte of lange duur moeilijk participeren in de samenleving. Op deze wijze denken we een goede invulling te geven aan onze (MVO)-missie, volgen we ons hart en dragen we een steentje bij aan de (lokale) samenleving.

Reserveren:



Baakseweg 6,
7251 RH Vorden
Tel: 0575 - 555 015

www.keukenvanhackfort.nl



Zelhemseweg 16,
6999 DN Hummelo
Tel: 0314 - 382 600

info@wapenvanheeckeren.nl



Huntenkring Business Club
Huntenpop 2014 - jubileum editie

Bedankt voor uw bijdrage

Wij bedanken alle sponsors voor hun bijdrage aan
en het mede mogelijk maken van de 25e editie van Huntenpop!

MEER INFORMATIE

We nodigen u van harte uit een keer sfeer te komen proeven tijdens een van onze clubavonden in seizoen 2014/2015! Voor meer informatie, of om u aan te melden, neemt u contact op met Walter Hendriksen (06-53153290), Hans Leeflang (06-51594784), Ivo du Plessis (06-10716960), of Chantal Hulst (06-53449599). www.huntenkringbc.nl | info@huntenkringbc.nl

Keuken van Hackfort

Op informele wijze samen genieten van onze Keuken. Wij serveren een viergangenmenu waarbij u bij het hoofdgerecht de keuze heeft uit een vis, vlees of een vegetarisch gerecht. Voor 2 personen een mooie prijs van slechts €50,- (normaal €75,-)*. Drinkjes zijn bij deze prijs niet inbegrepen.

Wapen van Heeckeren

Wij serveren u ons driegangenmenu du chef voor de prix d'amis van €25,- per persoon. Een dagelijks wisselend menu waarbij de tuin, de slager en de visafslag aangeven wat er gegeten gaat worden. Daarbij een mooi wijnarrangement, 3 glazen voor slechts €12.50 per persoon*.

*Deze prijzen hanteren wij alleen indien u reserveert onder vermelding van "AchterhoekBiz"



Nieuw! NewFuture Care: Zorgprofessionals inkopen in een handomdraai

De zorg verandert in een razend tempo. Een nieuw maar zeer ervaren loot aan de boom die inspringt op vragen uit de markt is NewFuture Care. Het brengt zorgprofessionals, zorginstellingen, gemeenten, overheid en particulieren met elkaar in contact.

Met de Wet Maatschappelijke Ondersteuning (WMO) worden vanaf 1 januari 2015 gemeenten verantwoordelijk voor een deel van de ondersteuning aan mensen met een beperking. Hierin is een rol weggelegd voor de kleine zelfstandige ondernemer (zzp-er). Natascha Jonkers van NewFuture Care: "Hoe kunnen zorginstellingen, gemeenten of particulieren betaalbare professionals vinden? NewFuture Care biedt ervaren zorgprofessionals, zzp-ers en flexwerkers aan." NewFuture Care uit Arnhem is opgericht door directeur en mede-eigenaar Bob van Goethem, zorgmanagers Jair Leepel en

Natascha. Natascha: "Hulpbehoevenden en zorginstellingen mogen hun eigen zorgverlener kiezen. Wij verbinden zzp-ers met instellingen en particulieren om gezamenlijk zorg in te kopen. Wij bieden professionals uit de ambulante hulpverlening, woonbegeleiding, thuiszorg en forensische zorg. Op dit moment zijn dat er tachtig, wij streven naar vijfhonderd binnen twee jaar. 'Wij hebben digitaal plannings- en HRM-systeem gebouwd. Daarin kunnen onze mensen alle informatie invoeren, voor de opdrachtgever inzichtelijk. Bovendien biedt dit systeem managementinformatie. Als zorgaanbieder maken wij gebruik van een digitaal signalerings-, begeleidings-, bud-

get- en monitoringssysteem. Daarnaast verzorgen wij voor onze zzp-ers opleidingen. Onze mensen zijn pedagogisch onderlegd, kunnen een spuit zetten, wassen, verzorgen en medicatie geven.' Meer weten? Bel 06-22660716 of kijk op onze internetsite.

www.newfuturecare.com



NEWFUTURE
CARE

'Blikvangers': gezichten van over de hele wereld

WINTERSWIJK - Het heeft even geduurd voor hij het aandurfde. Maar eindelijk is het dan zo ver. Fotograaf Ruud Spaargaren uit Vragender exposeert zijn collectie 'Blikvangers'.

De fotoschool werd geen succes: trouwreportages maken sprak niet erg tot zijn creatieve verbeelding. Maar bij import-Achterhoeker Spaargaren (65) bleef het vuurtje smeulen. Tijdens een reis met één van zijn zonen naar Peru, acht jaar geleden, werd Spaargaren naar eigen zeggen 'gegrepen door de schoonheid van de gewone mens in de straat.' Sindsdien fotografeert Spaargaren mensen die hij toevallig tegenkomt, waar dan ook

ter wereld. Geposeerd wordt er nooit. Wel vraagt de fotograaf eerst toestemming van het vaak verbaasde foto-object. Maximaal drie foto's maakt Spaargaren dan. Close. Altijd het gezicht. Dat leidt tot verrassende resultaten.

Eigen verhaal

Elke foto, elk gezicht vertelt een eigen verhaal. Of het nu gaat om het doorploegde gelaat van een vrouw in Havana. Of dat van een boer uit Corle bij Winterswijk. Hoewel het steeds om hoofden gaat, kent elke foto letterlijk een wereld van verschil. De mooiste foto's worden vanaf 12 september door de fotograaf tentoongesteld in de Jacobskerk, op De Markt, middenin Winterswijk. Eén van de spontane fotomo-



dellen, Jan Geurkink (98) uit Winterswijk, zal bij leven en welzijn bij de officiële opening van 'Blikvangers', zoals de expositie is gedoopt, op 19 september acte de presence geven.

Openingstijden: ma-di-do-vr: 14.00-16.00 uur / wo-za: 10.00-16.00 uur.

Eindejaars Designverkoop op 8 & 9 november



De feestdagen staan binnenkort weer voor de deur. Dat betekent naast een hoop gezelligheid ook weer leuke cadeautjes kopen. Wie slim is, doet z'n inkopen met fikse kortingen tijdens de jaarlijkse Eindejaar Designverkoop bij Hotel Villa Ruimzicht.

Op 8 en 9 november, van 10 tot 17 uur vindt er daarom in de Rietveldzaal bij Hotel Villa Ruimzicht de jaarlijkse eindejaar Design Outlet plaats. Mooie producten van beroemde Nederlandse en buitenlandse ontwerpers, feestelijk servies en glazen, leuke woonaccessoires, cadeaus, gadgets maar ook tassen van Maria Hees, Kerstartikelen en andere cadeautjes gaan met een korting van 50 tot 80% van de hand. Tijdens het evenement zijn er rollende keukens met allerlei lekkers en de toegang is gratis.

Tijd: van 10.00 tot 17.00 uur

Plaats: Hotel Villa Ruimzicht,
Ruimzichtlaan 150
7001 KG Doetinchem

Voor meer info: www.designverkoop.com

Eerste O2W Bedrijvenbeurs in Winterswijk

Ondernemers met elkaar verbinden en het ondernemersklimaat bevorderen: twee van de doelstellingen van de Stichting Ondernemers Overleg Winterswijk, afgekort O2W. Deze krijgen onder meer gestalte in de O2W Bedrijvenbeurs op zaterdag 27 (10.00 – 18.00 uur) en zondag 28 september (10.00 – 17.00 uur) in en om Theater De Storm in Winterswijk, waar ondernemers zich op originele wijze presenteren. Een primeur voor Winterswijk! Danny Bussman, voorzitter van O2W, licht het idee van de beurs toe. "U vindt er meer dan vijftig bedrijven, van groot tot klein. We streven naar een mix van bedrijven, waarin duidelijk de variatie in het Winterswijkse ondernemersaanbod naar voren komt. Ook voor de jongste bezoekers is er een sportief en creatief programma. Het letterlijke hoogtepunt van de beurs is de SkyWatch, waarop Winterswijk te bewonderen is vanaf 70 meter hoogte!"

Thema werkgelegenheid

Werk zoeken en vinden is ook in Winterswijk een belangrijk en actueel onderwerp om aandacht aan te schenken. Henk van Duinen, betrokken bij het beursprogramma, licht toe: "Naast een aantal boeiende gastsprekers schenken we ook aandacht aan werkgelegenheid. Welke verrassende vacatures staan er eigenlijk open in Winterswijk? Ook is er een pitchhoek voor beursdeelnemers om zichzelf en hun bedrijf te presenteren. Beursdeelnemers kunnen hun ervaringen na afloop van de beurs uitwisselen tijdens het BeursBusinessBuffet. De gesprekken gaan ongetwijfeld over wat ze in die twee dagen allemaal hebben laten zien aan de bezoekers. En geloof me: dat is veel meer dan gedacht!"

Over O2W

O2W is het platform waarin diverse groepen ondernemers in Winterswijk vertegenwoordigd zijn en vormt als het ware het cement tussen de Winterswijkse ondernemers.



Foto: Han Kolkman (BNI)

De organisatie van de O2W Bedrijvenbeurs is in handen van Ineke van Empel (Theater De Storm), Henk van Duinen (Euroclub Excelsior), Stefan Heinen, Frank Peeters (De Vierkante Stool), Imke te Selle (Winterswijk Marketing), André Onnink (Netwerkgroep De Compagnie) en Danny Bussman (OWIN).

Winterswijk Marketing nam het initiatief voor O2W. De stichting streeft ernaar de spreekbuis van ondernemend Winterswijk richting gemeente en relevante partijen te zijn. Hoofddoelstelling is dat ondernemers in Winterswijk met elkaar verbonden worden om van elkaar te kunnen leren.

Japans Wagyu bij Gringo's

Het wordt ook wel 'de kaviaar onder het rundvlees' genoemd, het Japans Wayguvlees, uiterst mals en smaakvol. Restaurant Gringo's in Doetinchem is één van de weinige restaurants in Nederland dat het originele Japanse Waygu-vlees serveert. Reden voor AchterhoekBIZ om in gesprek te gaan met chef-kok Peter Veldink.

Tekst en foto: Ed Smit



"Niet alleen de keuken heeft zijn mis en place, die hebben we allemaal nodig."

Het vlees van de Wagyu-rund is niet zomaar rundvlees," steekt de chef-kok van wal. "Het is een keizerlijke koe die volgens Japanse traditie wordt gevoederd en gemasseerd. Dat levert heerlijk vlees op. Al eerder hebben we Waygu-vlees gehad, maar dat was afkomstig uit Australië. Het vlees waarover we nu beschikken, komt uit Japan en is het meest exclusieve wat er op dit moment is. We hebben het beste van het beste."

Smaakvol en gezond

Peter legt uit dat het vlees twaalf verschillende gradaties kent, wat te maken heeft met de marmering. "Marmering van vlees wil zeggen dat er in het spiervlees sprake is van een dooradering van streepjes vet. Dat komt de smaak ten goede. Daarbij is het ook nog gezond want Wagyu is rijk aan onverzadigde Omega-3 en -6 vetzuren. Wagyu rundervlees werd in eerste instantie

speciaal gefokt voor de Japanse Keizer en is nu ook in de Achterhoek en omstreken op de kaart gezet."

Kwaliteit

Naast vers vlees krijgt Gringo's zes keer per week verse vis aangeleverd. Peter: "Deze vis is 'the top of the bill' of zoals de uitdrukking die Schmidt Zeevis zelf gebruikt: 'versere vis die zwemt nog'. Beter is er gewoon niet." Gringo's streeft in alles standaard naar een hoge service en kwaliteit. Bedrijfsleider Luc Schatorije: "Niet alleen op het gebied van producten, maar ook bij het personeel en in de keuken en bediening. Op hoogtijdagen telt de keukenbrigade maar liefst elf mensen en voor de bediening kun je er nog een elftal bij zetten. Binnen is elke hoek of ruimte aangeduid met wijken. Iedereen werkt in teamverband in zijn of haar wijk. Zo voorkom je dat er steeds andere mensen aan je tafel komen en is er meer betrokkenheid onderling en met de gasten. We werken in het spitsuur met 25 mensen. De

capaciteit binnen is ongeveer 200 zitplaatsen en in de zomer komen daar buiten nog 90 plaatsen bij. Het vergt dan ook een enorme organisatie en een goede communicatie om alles te stroomlijnen. Niet alleen de keuken heeft zijn mis en place, die hebben we allemaal nodig!"

Reserveren

Op 17 december is de AchterhoekBIZ ondernemersborrel bij Gringo's. Wilt u ook kennismaken met het Wagyu-vlees na afloop van de eindejaarsborrel? Dan adviseren wij u om tijdig te reserveren gezien de beperkte voorraad.

info@gringosdoetinchem.nl of surf naar
www.gringosdoetinchem.nl

Gringo's
RESTAURANTE CANTINA

"In mijn branche kan je jezelf echt alles aanleren."

Als student Communicatiewetenschap richtte Robin Kroesen (24) in 2012 zijn eerste bedrijf op: Props Creations. De geboren Gaanderenaar produceert inmiddels vele films voor bedrijven en particulieren. De jonge ondernemer heeft zichzelf in Nijmegen alles aangeleerd en heeft grootse plannen voor de toekomst.

Vooral de persoonlijke trouwfilms geven een kick om te maken. Je bent een hele dag op pad en komt op de mooiste plekken in Nederland. Daarnaast vinden de bruidsparen het eindresultaat verbluffend en ook in mijn directe omgeving bespeur ik regelmatig emoties na het zien van een film." De eerste aanraking met het bewegende beeld was voor Robin de start bij studententelevisie Campus in Beeld. "Hier heb ik mezelf alles aangeleerd. Voor mijn gevoel had ik eindelijk iets gevonden wat ik echt leuk vond. Ik denk dat het eerste boek dat ik helemaal uitgelezen heb niet een studieboek was, maar een introductie in montagesoftware. Daarnaast is het echt verbazingwekkend hoeveel informatie je op kan nemen via tutorials op YouTube."

De eerste film die Robin produceerde was een bedrijfsfilm. "Destijds had ik een bijbaan bij een callcenter en de eigenaar wist van mijn audiovisuele interesses. Hij benaderde mij om een bedrijfsfilm te maken.

Dit beviel zo goed dat ik op dat moment wist dat dit mijn toekomst zou worden. Ik had niet gedacht dat het zo snel kon gaan met mijn bedrijf. Van de andere kant wist ik wel dat video's steeds populairder zouden worden. Door het snelle 4G-netwerk en natuurlijk het alledaagse gebruik van de smartphone is het bekijken van een video steeds toegankelijker. Daar moeten bedrijven absoluut gebruik van maken!"

Naast de volledige productie van bedrijfsfilms, aftermovies, animaties en trouwfilms helpt Robin ook met zogeheten 'video SEO'. "Wat veel bedrijven niet weten is dat je met een bedrijfsfilm ook makkelijker te vinden bent in Google. Het belang van een bedrijfsfilm is groter dan men denkt. Ten eerste vertelt een film sowieso meer dan duizend woorden. Daarnaast geeft het je (potentiële) klanten en stakeholders een mooi inzicht in je bedrijf. Met een film kan je mensen meeslepen en kan je een verhaal overbrengen. Mits goed vertaald naar het beeld zijn klanten overtuigd van je professionaliteit en nemen ze je product of dienst

ook echt af".

Voor de toekomst heeft Robin ambitieuze plannen. "Uiteindelijk wil ik mijn eigen grote mediabedrijf die zijn eigen content maakt. Mensen willen steeds meer hun eigen media zelf samenstellen. De grote televisiezenders zien dat ook en investeren steeds meer in online aanbod. Vooral de introductie van Netflix heeft een heleboel partijen aan het denken gezet. Het is natuurlijk wel spannend welke technologische ontwikkelingen er nog gaan komen, maar dat de beleving van video en film anders zal worden is voor mij zeker." Kroesen beseft dat deze plannen hoogstwaarschijnlijk vanuit de Randstad of het buitenland uitgevoerd zullen worden. "Daar is inderdaad het epicentrum van de media, maar in mijn bloed blijf ik wel een Achterhoeker hoor."

Heeft u interesse in uw eigen film? Neem contact op met Robin Kroesen: 06-16663802 of kijk op:

www.props-creations.nl

PROPS CREATIONS

Horecagroothandel en kerstpakkettenleverancier onder één dak

“We zijn een totaalpartner voor de klant”

Ondernemen en duurzaamheid gaan prima hand in hand. Bedrijven die zich richten op duurzaamheid en continuïteit blijven bewust hun eigen koers varen. Een goed voorbeeld daarvan is de Terborgse Wijncentrale. Gerard Beijer en Peter Weijl vertellen hoe je in een sterk concurrerende markt het verschil kunt maken.

Tekst: Jessica Schutten Fotografie: Guido Pelgrim

De Terborgse Wijncentrale is door de jaren heen uitgegroeid van leverancier van dranken tot totaal-leverancier voor de horeca. Naast een groot assortiment wijnen, frisdranken, bieren, sappen, gedistilleerd, snoepwaren en schoonmaakproducten kunnen ondernemers en organisaties er terecht voor hun kerstpakketten en relatiegeschenken. Het bedrijf werkt op basis van een langetermijnvisie. “We investeren, innoveren en spelen in op de ontwikkelingen in de markt”, vertelt eigenaar/directeur Gerard Beijer. “Het draait bij ons om aandacht voor continuïteit en een meerwaarde leveren voor de klant. Dat houdt meer in dan het leiden van een bedrijf. Wij zijn voortdurend op zoek naar innovatieve en duurzame producten en doen er alles aan om de klant tevreden te stellen. Voor ons is een eenmalige verkoop

geen verkoop. Service staat bij ons voorop. Onze producten zijn voor een groot deel vergelijkbaar met die van onze concurrenten. Dit betekent dat je op andere manieren het verschil moet maken. Ik vind het belangrijk dat we een structureel, direct en uitstekend contact hebben met onze klanten. Alleen dan kun je op de hoogte zijn van klantwensen en drijfveren. We vragen dan ook altijd naar de verwachtingen. Door deze werkwijze kunnen we meedenken, adviseren en voorbereidend werk voor de klant verrichten. Daarbij speelt scholing van onze medewerkers een belangrijke rol. Met hun uitgebreide kennis en ervaring van de producten en marktontwikkelingen kunnen ze de klant adviseren en begeleiden bij de bedrijfsvoering.”

Meedenken en adviseren

Divisiemanager Peter Weijl ziet de platte

organisatie van de Terborgse Wijncentrale als een groot voordeel voor de klant. “Ik ben op de hoogte van wat er gebeurt op de werkvloer en stuur de productie aan. Dit maakt het mogelijk om snel besluiten te nemen en te reageren. De informele samenwerking en grote mate van zelfstandigheid zorgen ervoor dat we er bovenop zitten en dat de klant altijd met één vast contactpersoon te maken heeft. Dat resulteert in bestelgemak, maar we leveren ook een goed en betrouwbaar advies. We denken mee met de klant en signaleren kansen. Daardoor zijn we meer dan een leverancier, een totaalpartner voor de horeca. Zo bieden we in onze Engelse Gelagkamer samen met onze leveranciers klanten kosteloos een groot aantal workshops, trainingen en proeverijen aan. En voor een evenement of feest kunnen bedrijven gebruikmaken van onze verhuurservice voor bijvoorbeeld

taps, praattafels, bierpaviljoens of glazen. We gaan met onze klanten serieus om tafel zitten als het gaat om kerstpakketten of het organiseren van een evenement of feest. Denk aan de inrichting, financiering, vergunningen en een doordacht assortiment. Het is belangrijk om bij horecabestellingen in te spelen op de actualiteit. Als het warm weer is dan is het eet- en drinkgedrag anders dan op koele dagen. Wij denken hierin graag mee.”

Duurzaam ondernemen

Aan duurzaam ondernemen besteedt de Terborgse Wijncentrale veel aandacht. De horeca-adviseur en -leverancier hecht veel waarde aan het milieu en de maatschappij. Productverbetering is een continue proces. Door de toenemende vraag naar duurzame oplossingen en producten, is het

assortiment uitgebreid met onder andere diverse biologische wijnen en Schulp vruchtensappen. Maar ook op het gebied van bedrijfsvoering draagt de horecapartner een steentje bij. Beijer: “Duurzaam ondernemen krijgt een steeds grotere rol binnen ons bedrijf. Onze vrachtwagens voldoen aan de EURO 5 norm en stoten slechts een beperkte hoeveelheid luchtvervuilende stoffen uit. Het afgelopen jaar is ook geïnvesteerd in ledverlichting in het pand en op sociaal gebied nemen we onze verantwoordelijkheid door actief samen te werken met mensen die een afstand hebben tot de arbeidsmarkt. Onlangs hebben we een aantal re-integreerders van BW Oost aangenomen via het UWV. Daarnaast werken we op locatie met mensen van de sociale werkplaats voor het inpakken van de kerstpakketten. Maar we kijken verder

naar de toekomst. We nemen de tijd om bij te dragen aan onderwijs. Naast het werken met stagiaires hebben pas afgestudeerden de mogelijkheid om werkervaring bij ons op te doen met het traject ‘Ervaar je baan’. De studenten werken gedurende een half jaar bij ons zodat zij een goede start maken met hun carrière. Eerlijk gezegd hebben we geen duurzaam plan of doelstellingen voor een duurzame bedrijfsvoering en maatschappij. Het is voor ons oprecht een vanzelfsprekendheid.”

Duurzame kerstpakketten

Kerstpakketten en relatiegeschenken zijn bij uitstek een middel om de identiteit van een bedrijf te tonen. De organisatie of het bedrijf laat zien waar zij voor staat, welke thema's belangrijk zijn en op welke manier aandacht is voor duurzaamheid. De Terborgse Wijncentrale is al ruim 25 jaar >>



De vrachtwagens van de Terborgse Wijncentrale voldoen aan de EURO 5 norm en stoten steeds een beperkte hoeveelheid luchtvervuilende stoffen uit.

Uw administratie- en belastingadvieskantoor is verhuisd!

“De vestiging van het administratie- en belastingadvieskantoor FAD in Doetinchem is verhuisd naar de Koopmanslaan 27a.

Het nieuwe pand is ruim van opzet en voorzien van alle benodigde faciliteiten, zodat FAD de klanten nog beter van dienst kan zijn. De arbeidsomstandigheden van de medewerkers zijn sterk verbeterd.

De directie heeft samen met de medewerkers de verhuizing eigenhandig verricht hetgeen feitelijk heel gewoon is. Immers Nederlanders verhuizen gemiddeld zeven keer in hun leven.

Dit is vaak vrijwillig, maar dit kan, zeker in dien economische moeilijke tijd met dalende prijzen van de koopwoningen en “onder water” staan van de woningen, ook gedwongen of met werk te maken hebben. Helaas zien wij buiten

Nederland veel vaker dat mensen noodgedwongen moeten verhuizen en/ of moeten vluchten. Ze vluchten om diverse redenen en weten niet waar ze terecht komen.

Helaas door o.a. de crisis zijn er ook steeds meer Nederlanders die noodgedwongen moeten verhuizen.

Al met al lijkt verhuizen alleen maar het verslepen van dozen, meubilair en computers, maar er komt naast de eventuele emotie veel meer bij kijken. Fiscaal gezien zijn er tevens consequenties. Zo kun je een werknemer indien hij/zij voor zijn werk gaat verhuizen, onder voorwaarden, de kosten belastingvrij vergoeden. Indien je privé gaat verhuizen, kan dit wijzigingen in de huurtoeslag met zich meebrengen of indien er een woning is gekocht en je hebt een hypotheek, dan kun je recht hebben op o.a. een teruggave van de inkomstenbelasting.

Bij het verhuizen van uw onderneming krijg je te maken met o.a. een ander kostenpatroon, overdrachtsbelasting en/of omzetbelasting.

Gebruikt u een werkruimte in uw woning? In een zeer beperkt aantal gevallen komt u in aanmerking voor kostenafrek. Meestal kunt u de kosten van de werkruimte niet aftrekken.

Onlangs heeft de Hoge Raad uitgesproken dat het verhuizen van de werkkamer door de DGA aan de BV, onder voorwaarde een economische activiteit oplevert.

Bij FAD werken 10 personen in teamverband aan al uw boekhoudkundige en fiscale vragen. Persoonlijke aandacht wordt hier niet geroepen maar wordt verleend. De cliënten van FAD ervaren de expertise, de persoonlijke aandacht en gunstige prijsstelling als een vanzelfsprekendheid.

Maatschappelijk nemen de directie en medewerkers zeker hun verantwoordelijkheid. Zo wordt er deelgenomen in diverse besturen op een breed vlak of zijn medewerkers betrokken bij uitvoering van projecten zoals:

- Peuterspeelzaal Stichting op Pad te Dinxperlo/Aalten;
- Stichting Dorpshuis de Braempt te Braamt;
- Stichting Leergeld de Liemers;



- sponsoring Dance4live;
- deelname en sponsoring Bax2give voor Serious Request.

Sinds jaar en dag heeft FAD haar budget voor de kerstkaarten ingeruild voor een goed doel. Diverse organisaties konden al rekenen op een financiële donatie van FAD zoals onder andere Fatima te Wehl, Kanjers voor Kanjers en de Moeder Teresastichting.

Indien u ook bent verhuist, u bent van plan om te gaan verhuizen of u op uw locatie blijft, wij heten u van harte welkom in Doetinchem.

Uiteraard bent u ook nog steeds van harte welkom op onze locatie aan de Aaltenseweg 4 te Dinxperlo.

uw administratie- en belastingadvieskantoor



»specialist in kerstpakketten en biedt een zeer ruim assortiment van 3500 producten. Weijl krijgt regelmatig van ondernemers verzoeken voor een duurzaam kerstpakket of relatiegeschenk. “Natuurlijk kost dat meer, maar je ziet steeds meer bedrijven die een deel van het kerstpakket aan een goed doel schenken of biologische of ecologische producten kiezen. Bedrijven maken zeker een statement met zo’n kerstpakket. In ons uitgebreide assortiment hebben we verschillende thema’s waaruit de ondernemer kan kiezen, zoals producten van de biologische supermarkt EKOPLAZA en het Landgoed Olmenhorst. Op dit landgoed

worden pure producten op een natuurlijke manier geproduceerd en verkocht. Een andere mooie themalijn is De Wensboom, waar het doen van een wens voor jezelf of een ander centraal staat. Een aantal leveranciers doneren van elk verkocht artikel uit het Wensboompakket een bedrag aan Make-A-Wish Nederland. Ook hebben we diverse andere lijnen waarin bepaalde producten een bijdrage leveren aan goede doelen. Bovendien schenken wij aan het eind van het jaar producten die beschadigd zijn of om een andere reden niet te gebruiken zijn aan de voedselbank.”



Het themapakket EKOPLAZA biedt pure producten die op een natuurlijke manier geproduceerd zijn.



De Schulp Vruchtensappen zijn een antwoord op de toenemende vraag naar duurzame oplossingen en producten.

Voor elk wat wils

Naast de themapakketten is het bij De Terborgse Wijncentrale mogelijk om een pakket op maat samen te stellen. Veel bedrijven willen nog zelf de inhoud van het kerstpakket bepalen en de producten in handen hebben gehad. “Op een foto kan een product immers anders lijken dan in werkelijkheid”, is de ervaring van Peter Weijl. “Onze grote sfeervol ingerichte showroom leent zich er uitstekend voor om elk idee uit te werken in een origineel pakket. Gedurende het hele jaar volgen we de trends en bezoeken we nationale en internationale beurzen. Hierdoor zijn we op de hoogte van de artikelen die in de smaak vallen bij een groot publiek. Door mee te denken met de klant vanuit onze jarenlange ervaring en expertise zorgen wij ervoor dat wij een gave hebben ontwikkeld voor wat passend is. Daarin geven we advies. De klanttevredenheid staat bij ons voorop. We passen het assortiment continue aan op basis van nieuwe ontwikkelingen en wensen van klanten.”

Online

Voor bedrijven en ondernemers die kiezen voor gemak en minder tijd willen steken in het uitzoeken van een kerstpakket is de Terborgse Wijncentrale sinds 1 september de website www.twkerstpakket.nl gestart. Peter Weijl: “Je ziet dat het aantal online bestellingen toeneemt. Hierop spelen we in door deze groep bedrijven de mogelijkheid te bieden een origineel samengesteld pakket online te bestellen. Het is voor ons een manier om nieuwe afzetmarkten aan te boren. We bieden op deze manier als totaalpartner efficiency, kwaliteit en gemak en blijven inspelen op de veranderende wensen van de markt en de klant. Maar wie een kijkje wil nemen in onze showroom, is natuurlijk van harte welkom. We denken graag mee met de ondernemer en zijn en blijven dé horecapartner voor bedrijven en organisaties!”

Meer informatie:
www.terborgsewijncentrale.nl

**DRANKENHANDEL
TERBORGSE
WIJNCENTRALE**

Golfballetje speciaal

Toen tekstschrijver en presentator Harm Edens hoorde over biologisch afbreekbare golfballen gemaakt van afval uit de patatindustrie, wilde hij er gelijk in investeren. Uit idealisme. 'Als je denkt dat het toch allemaal niet uitmaakt, ben je een ongelooflijke sukkel.'

Tekst: Stefan Klein Koerkamp (van Maters&Hermsen Journalistiek) in opdracht van Staalbankiers Fotografie: Wout Jan Balhuizen

Het is een statistiek waar golfers niet per se blij van zullen worden: jaarlijks verdwijnen er miljoenen golfballen op golfbanen over de hele wereld. Een te enthousiast geslagen drive die in de struiken belandt, of juist een te korte approach die het water niet over komt. Frustrerend voor de speler, maar nog veel slechter voor het milieu. Want in golfballen zitten zware metalen, die schadelijk zijn voor de grond waar ze in terecht komen. Niet meteen het einde van de wereld, maar er is nu een alternatief. En dat deugt, ontdekte tv-persoonlijkheid Harm Edens vorig jaar. 'Toen ik hoorde van de biologisch afbreekbare golfballen van Robert de Waal was ik meteen om. Omdat je er niets voor hoeft te veranderen. Je doet goed, geeft hoop. Zonder iets te laten.'

Groen rechts

Daar zit volgens Edens het grote verschil met eerdere pogingen: de NatureSX van Biogolf doet kwalitatief niet onder voor zijn niet-afbreekbare varianten. Hij deed verschillende clinics met professionele golfers, en die waren allemaal enthousiast: 'Het is een prima bal. Alleen is hij gemaakt van zetmeel, van afval uit de patatindustrie. Het enige verschil: als je hem verkeerd raakt en

je kunt hem niet terug vinden, is ie zes jaar later volledig vergaan. En hij valt niet uit elkaar als je hem wegslaat.' De afbreekbare golfbal is groen en duurzaam, cradle to cradle. Termen die de ambassadeur van het Wereld Natuur Fonds - die overigens zelf niet golft - heel erg aanspreken. Maar het is ook het ondernemerschap dat Edens over de streep trok. Tijd en geld willen investeren in het behoud van de planeet. 'Het is groen rechts. Ik zag het eerder bij de Waka Waka Light, een zonnecellampje dat na één dag opladen zestien uur licht geeft. Dat scheelt niet alleen kerosine, maar vooral heel veel ongelukken met kerosinelampen. Dat zijn zo'n 2,5 miljoen ongelukken per jaar - van verbrandingen tot aandoeningen aan de luchtwegen. Zo klein, maar zo mooi en effectief! Ik was te laat om daarin te investeren, maar die lancering was een geboorte van hoop. Toen ik hoorde van de ontwikkeling van deze golfballen kreeg ik hetzelfde gevoel.'

Plofkip

Edens besloot ditmaal wel meteen te investeren en werd daarin gesteund door zijn bankier bij Staalbankiers: 'Ook die zag het zitten, en terecht. Hij wordt er net zo blij van als ik. Kijk, iedereen wil wel iets

doen voor het milieu. Maar we willen er niet te veel voor laten. Elektrisch rijden is leuk, maar heeft zijn beperkingen. Biologisch vlees? Natuurlijk! Maar als we het niet kunnen betalen, eten we toch liever die plofkip dan goedkope vleesvervangers. Deze golfballen zijn niet duurder dan die van Nike, en volgens ons testpanel zijn ze ook niet minder.'

Luis in de pels

Edens is natuurlijk ook niet gek. Hij weet dat dit idealisme is, dat hij investeert in een klein bedrijfje dat zich gaat roeren in een miljardenindustrie. Een luis in de pels, hooguit. Maar dat is geen reden om dan maar niets te doen, bezweert hij: 'Als je denkt dat toch allemaal niet uitmaakt, ben je een ongelooflijke sukkel. Het maakt namelijk altijd een verschil. Al is er bij elke golfclub in Nederland maar één persoon is die dit oppakt, dan hebben we al gewonnen.' Maar bovenal, besluit Harm, is het een briljant verhaal. 'Afval van een aardappelfabrikant inzetten voor golfballen, dat verzin je toch niet?'

Meer informatie:
www.biogolf.nl



Eigen 'doel(en)'

Na een prima nacompetitie waarin we het helaas niet hebben gered om te promoveren, gaat De Graafschap het komende seizoen opnieuw proberen om de fans aan zich te binden. Want daar gaat het om: vele mensen uit de Achterhoek weer een beetje verliefd laten worden op De Graafschap. Of je nu enkel supporter bent of daarnaast ook zakelijk bent verbonden aan de club. Deze betrokkenheid heeft vele kanten. De mensen binnen de club hebben hard gewerkt om op passende wijze hieraan invulling te geven. D'ran is dan ook de lijfspreuk waar wij als nuchtere Achterhoekers ons aan spiegelen. Natuurlijk weet u als ondernemer als geen ander dat het bouwen aan een stabiele organisatie vaak meer tijd kost dan van tevoren ingeschat. Maar er staat nu ook wat! Tientallen nieuwe sponsors hebben we dan ook dit nieuwe seizoen mogen verwelkomen bij onze Business Club. Ook deze bedrijven zullen zich profileren om zakelijk gewin te halen uit hun sponsoring. De Graafschap geeft hen daarvoor

vele mogelijkheden. Niet alleen rondom de wedstrijd, maar ook de vele kwalitatief hoogwaardige netwerkbijeenkomsten die we te bieden hebben. Een hele belangrijke daarin is de Zakenmanifestatie aan het eind van het seizoen, die wordt gehouden op 1 en 2 april 2015. Dit tweejaarlijkse evenement geeft sponsors de mogelijkheid zich te presenteren aan het bedrijfsleven. Met gemiddeld meer dan zeventuizend bezoekers dé uitgelezen kans om te laten zien wat uw bedrijf doet en kan betekenen voor andere ondernemers. Maak dus ook gebruik van de vele mogelijkheden van de Business Club, die jaar na jaar een positieve landelijke uitstraling heeft, maar tegelijkertijd heel direct opereert binnen het regionale bedrijfsleven. Ik wens u allen bij de verwezenlijking van uw eigen doelen heel veel succes...

Henk Bloemers
Commercieel manager De Graafschap

Maatschappelijk Verantwoord de post versturen met SBPost



De medewerkers van SBPost zijn gemotiveerd, loyaal, vakkundig en enorm trots op het werk dat ze verrichten. Met name het feit dat ze onder de vleugels van de sociale werkvoorziening vandaan zijn en in de kleding van SBPost door de straten lopen heeft hun eigenwaarde een enorme boost gegeven.

In 2012 heeft de Schotpoort Transport Groep uit Eerbeek de verliesgevende postactiviteiten van de drie sociale werkvoorzieningen Delta, Hameland en Wedeo in de Achterhoek overgenomen. Onder de naam SBPost maakt het postbedrijf sinds de start een enorme groei door. Met meer dan 120 mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt uit de regio als postbezorger of koerier worden inmiddels meer dan 600 klanten in de Achterhoek bediend, waaronder 13 gemeentes, diverse woningstichtingen, zorginstellingen, verenigingen en veel bedrijven.

Ten onrechte krijg je toch vaak een stempel als je vertelt dat je bij een sociale werkvoorziening werkt. SBPost heeft hiermee onlangs de erkenning Prestatieladder Socialer Ondernemen (PSO) in de hoogste trede in ontvangst mogen nemen van TNO. Dit betekent dat SBPost meer dan gemiddeld bijdraagt aan de werkgelegenheid van mensen met een kwetsbare arbeidsmarktpositie en dat op een kwalitatief goede manier doet.

Win-win

Het succes van SBPost is dat naast een bijdrage aan de maatschappelijke verant-

woordelijkheid in de regio ook een flinke besparing op de portokosten gerealiseerd kan worden. De post kan ongefrankeerd, ongesorteerd, ongeteld en ongewogen worden opgehaald of op één van de inmiddels dertig post-afgiftepunten in de Achterhoek worden afgegeven. Binnenlandse post, buitenlandse post, mailingen, aangetekende stukken en pakketten kunnen dagelijks worden bezorgd.

AchterhoekBIZ magazine

Vorig jaar was Buro Achterhoek na het eerste gesprek direct enthousiast over de wijze waarop SBPost haar dienstverlening op deze sociale wijze uitvoert. Het AchterhoekBIZ magazine is dan ook dit jaar weer heel toepasselijk verstuurd met SBPost.

Voor meer informatie:
www.sbpost.nl



C4 CACTUS en nieuwe C1 verkrijgbaar bij autobedrijf Ruesink



Tekst: Citroën Fotografie: Carlo Stevering

Vanaf nu verkrijgbaar bij Autobedrijf Ruesink de nieuwe Citroën C1 en de C4 Cactus! Beide modellen voldoen helemaal aan de nieuwe filosofie van Citroën: meer design, meer comfort, meer bruikbare technologie... voor een aanvaardbare prijs! Uiteraard zijn er van de C1 en C4 Cactus motorisaties beschikbaar met 14% bijtelling. Om de klant optimaal te begeleiden in het aankoopproces, dat steeds vaker online plaatsvindt, is de website van Citroën aangepast. Check bijvoorbeeld www.c4cactus.nl voor meer informatie.

De nieuwe Citroën C1 biedt:

- Meer design, met dynamische lijnen en een front met een guitige blik, die ontstaat door de positie van de koplampen. De versies met contrasterende dak en/of

- interieurkleuren geven de auto karakter en een uitnodigende uitstraling.
- Meer comfort in dagelijks gebruik, dankzij zijn compacte afmetingen (slechts 3,46 m). Bovendien zijn de vering en de wegligging van deze auto uitstekend.
- Meer handige technieken, zoals een 7 inch touch drive interface met Mirror Screen technologie, waarmee de apps van de smartphone kunnen worden gekopieerd en bediend via het touch screen. Voor de klant die nog meer comfort wil, kan de nieuwe Citroën C1 bovendien worden uitgerust met Keyless entry & start, een achteruitrijcamera en Hill-start assist.
- Lagere kosten, want het lage gewicht (860 kg) zorgt in combinatie met de nieuwste benzinemotoren voor een minimaal verbruik en een minimale CO₂-uitstoot.

De Citroën C1 zal met 3 benzinemotoren beschikbaar zijn waarvan de e-VTi variant 14% bijtelling zal hebben. De vanafprijs van de C1 is €9.490 [incl BTW/ BPM].

Standaard beschikt de nieuwe Citroën C1 [niveau Live] onder andere over:

6 airbags, ESP & ASR, Hill start assist, LED dagrijverlichting en stuurbokrachtiging. Het niveau Feel voegt daaraan toe: radio/MP3 speler met USB en Jack aansluiting, elektrisch bedienbare ramen voor, centrale deurvergrendeling met afstandsbediening, snelheidsbegrenzer [niet in combinatie met ETG versnellingsbak]. De meest uitgebreide uitrusting biedt het niveau Shine met: 7" Touch Drive interface met Mirror Screen technologie, Bluetooth handsfree en streaming audio, achteruitrijcamera, hand- ➤



»matige airconditioning en 15 inch lichtmetalen wielen. Op het niveau Feel en Shine is tevens het open dak Aircscape een optie.

C4 Cactus

Citroën kiest met de C4 Cactus voor originaliteit die praktisch blijft. De C4 Cactus kenmerkt zich door technologische innovaties en sterke stijlelementen die ten dienste staan van het design, het comfort, het gebruiksgemak en de kilometerkostprijs. Bijzonder aan de C4 Cactus zijn onder andere:

- Airbump®, een innovatie van Citroën. Dit grafische element is nuttig, mooi en te personaliseren, en versterkt het design terwijl het tegelijkertijd de carrosserie beschermt.
- Een volledig digitale, intuïtieve rij-interface waarvan de bedieningen rond een standaard 7 inch touchscreen tablet zijn geplaatst.
- Brede voorstoelen gebaseerd op een sofa (in geval van een ETG versnellingsbak).
- De passagiersairbag is in het dak geplaatst (Airbag In Roof technologie), een wereldpremière die de voorste passagier meer [opberg]ruimte biedt.
- Een glazen panoramadak met hoge thermische bescherming, zodat het interieur erg licht is en de inzittenden geen last

hebben van de warmte.

- Magic Wash in de ruitenwissers vóór, wat zorgt voor een beter zicht tijdens het sproeien van de voorruit met de helft van de ruitenswisservloeistof.

Standaard beschikt de Citroën C4 Cactus over:

Passagiersairbag in roof, 7" touchscreen tablet met grafische weergave "Cubik" en interactief instructieboekje, Top Box opbergvak op dashboard met chrome satin accent, elektrisch bedienbare ramen voor, Airbump® Black, LED dagrijverlichting, USB en 12V aansluiting. Vanaf het niveau 'Feel' beschikt de C4 Cactus over handmatige airconditioning en Bluetooth® met steaming audio, dakdragers en two-tone met leer bekleed stuurwiel. Het meest uitgebreide niveau Shine omvat onder andere een navigatiesysteem, parkeersensoren en automatische airconditioning. De vanafprijs van de C4 Cactus is €15.990 [incl. BTW/BPM] en de auto is tevens verkrijgbaar met een motorisatie in de 14% bijtellingsklasse.

Autobedrijven Ruesink

Een autobegrip in het oosten van Nederland. Een fullservice onderneming met vijf volwaardige vestigingen waar u terecht

kunt voor al uw mobiliteitswensen. Een stapje extra zetten! Daarmee willen we ons onderscheiden in service. Belofte zijn er om waar te maken. Met veel klanten en met leveranciers hebben we een lange relatie. U kunt rekenen op een team met ervaren medewerkers, die al jaren bij Ruesink werken. Zij weten wat er van hen verwacht wordt. Sterker nog: wij hebben de uitgangspunten voor de werkwijze en onze dienstverlening vastgelegd in een boekje met de titel: Onze naam is uw garantie!. Vraag ernaar bij de receptie. Voor onderhoud kunt u overal wel terecht, maar zijn de kosten dan aantrekkelijk? Het is voor ons een uitdaging om de kosten zo laag mogelijk te houden. Doordat we tot de grotere dealers behoren, kunnen we scherp inkopen. U profiteert daarvan. ■

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Autobedrijf Ruesink: Sander Bosman, tel: 0573-452004 email: s.bosman@ruesink.nl www.ruesink.nl





Het Pakhuis en de Broodfabriek naderen de voltooiing.

Zaterdag 4 oktober 2014

Opent Cleantech Center haar deuren met een 'Open Huis'

Tekst en fotografie: Cleantech Center

Wat is het Cleantech Center? Het Cleantech Center is hét duurzame innovatiecentrum voor (Oost) Nederland waar ondernemers gebruikmaken van de vernieuwende kennis die aanwezig is bij talenten in het onderwijs en het bedrijfsleven om zo antwoorden te vinden op de uitdagingen van de duurzame toekomst. Het Cleantech Center is bij uitstek een community van ondernemers, onderwijs en studenten en overheid waar kennis van en over technologie gedeeld kan worden. Kennis delen is een voorwaarde in het Cleantech Center. Meedoen betekent hier 'voorsprong in (toepassing van) techniek' om de kringloop van productieprocessen steeds meer gesloten te krijgen.

Hoe werkt het Cleantech Center? Het Cleantech Center organiseert, clustert en vertaalt de kennisvraag (challenges) van bedrijven naar cleantech-oplossingen en -toepassingen. In het Cleantech Center vindt een opwaardering plaats van de zogeheten 'vraagarticulatie' van individuele bedrijven naar kennis en vakmanschap (competenties). Hiermee beoogt het Cleantech Center continu voorop te lopen in de vraag van de markt richting het onderwijs de opleidingen in het onderwijs waar cleantech een 'groene' draad vormt.

Challenges

Onder challenges wordt verstaan alle problemen die een bedrijf of organisatie heeft op het gebied van cleantech. De werkgroep onderwijs vertaalt deze kennisvragen naar een concreet plan van aanpak. Dit kan bestaan uit de samenstelling van multidisciplinaire teams, stages, afstudeeropdrachten en excellentie trajecten. De samenstelling van teams kan bestaan uit meerdere onderwijsinstellingen, opleidingen en niveaus (alfa en bèta). Daarom is het ook van belang te weten of een bedrijf een nieuwe techniek wil ontwikkelen (technology driven) of een business case / markt voor een bestaande techniek of product wil ontwikkelen (business case driven). De challenge vindt in veel gevallen plaats op locatie, omdat bij veel industriële bedrijven

de locatie centraal staat om innovaties in de grondstoffenketen te vinden.

Cleantech Incubator

In de Cleantech incubator wordt concreet vorm gegeven aan een idee. Dit door een ideaal klimaat voor de startende cleantech onderneming te scheppen; door ondernemend talent met een duurzaam plan een vliegende start te geven en optimaal te laten groeien door middel van professionele ondersteuning, financiering en huisvesting. In combinatie met de showroomfunctie is er een laagdrempelige toegang tot het Pakhuis voor starters of kleine bedrijven die gebruik willen maken van de mogelijkheden van het Pakhuis en die nieuwe innovaties of diensten willen ontwikkelen op het gebied van duurzaamheid. Hier vindt de innovator gelijkgestemden en kan gebruikmaken van de expertise van andere bedrijven die een plaats hebben gevonden in het Pakhuis.

Cleantech Center Community

Ook u kunt deel uitmaken van de Cleantech Community door een membership aan te gaan. Met het membership schaaft u zich bij de koplopers op het gebied van de verduurzaming en Clean Technology. Door te bouwen aan een steeds groter wordende groep koplopers, kan het Cleantech Center een sterke gesprekspartner voor ondernemers, onderwijs en overheden zijn.



Waar is het Cleantech Centrum gevestigd?

Het Cleantech Center is gevestigd in het Pakhuis Noorderhaven en de naast gelegen Broodfabriek in Zutphen. Het Pakhuis en de Broodfabriek zijn daarmee ook tegelijk de showroom van het Cleantech Center waar deze nieuwe technieken en de presentaties van de challenges voor de bezoekers zichtbaar zullen zijn. Het Pakhuis Noorderhaven en de Broodfabriek in Zutphen Het Innovatiegilde 'Pakhuis Noorderhaven' is een initiatief van een 11-tal ondernemers uit de regio Zutphen, die innovatie zien als een urgente randvoorwaarde om in de toekomst economische continuïteit en economische groei te kunnen realiseren. De rode draad van het Innovatiegilde is het verbinden van ondernemers, onderwijs en overheid. Het Pakhuis Noorderhaven dient als kristallisatiepunt waar mensen elkaar ontmoeten en samen nieuwe innovaties gaan vormgeven. ■

Open Huis Zaterdag 4 oktober 2014

Aanvang 13.00 tot 16.00 uur

Adres: Lijmerij 23, Zutphen (direct achter het NS station op het oude Reesink terrein)



Grip op media: belangrijke spil in het communicatieproces

“We leveren slimme totaaloplossingen”

De digitalisering heeft grote gevolgen voor drukkerijen. Maar het biedt ook mogelijkheden. Grip op Media in Doetinchem en Rijssen kiest er in deze tijd voor om het anders te doen. Met rechtstreeks contact, een compleet service-gerichte organisatie en de rol van totaalpartner.

Tekst: Jessica Schutten Foto: Igen Xerox



Foto: Roel Kleinpenning

Grip op Media is sinds begin dit jaar de nieuwe naam van Ratio Sluis Grafisch Totaal. Deze naam geeft volgens directeur Wilfried Holders meer aan wat het bedrijf in de breedte doet. “Ratio Sluis werd teveel geassocieerd met alleen drukwerk terwijl we een fullservicebureau zijn. We bieden creatieve totaaloplossingen en drukken en printen niet alleen, maar maken ook koppelingen met andere communicatiemiddelen. Van het ontwerpen tot drukken, van signing producten tot digitaal printen en het leveren van promotieartikelen. We kunnen bovendien de project- en productiebegeleiding verzorgen. Bedrijven willen steeds persoonlijker en opvallender met hun doelgroep communiceren en daar spelen wij met onze kennis en ervaring graag op in. We maken het de klant makkelijk.”

Digitaal drukken

Sinds een aantal maanden heeft Grip op Media zich versterkt door de overname van Reggedruk in Rijssen. Door deze krachtenbundeling is een allround grafisch bedrijf ontstaan. “We kunnen nu een groter gebied bedienen. Bovendien beschikte Reggedruk over aanvullende mogelijkheden zoals een smalbaanrotatie”, vertelt Holders. “Naar welke locatie de klanten ook komen, we kunnen het hele pakket bieden door heel Nederland. Voor het digitaal printen werken we met de iGen XXL. Hiermee kunnen we nog beter inspelen op de groeiende behoefte van klanten aan digitaal drukwerk. Deze digitale printer benadert qua afdruk het resultaat in traditionele offsetdruk. De machine is geschikt voor kleine en middelgrote oplages, al dan niet gepersonaliseerd en heeft een zeer korte doorlooptijd. Duurzaamheid en milieuvriendelijkheid zijn



“Voor het digitaal printen werken we met de iGen XXL. Hiermee kunnen we nog beter inspelen op de groeiende behoefte van klanten aan digitaal drukwerk”.

uitgangspunten van de iGen. Nagenoeg alle onderdelen zijn opnieuw te gebruiken en de niet-giftige toners leveren zo min mogelijk afval op. Binnen ons bedrijf zoeken we continu naar nieuwe, duurzame middelen en investeren in schone productieprocessen.”

Online bestellen

Steeds meer bedrijven bestellen drukwerk via internet. Om tegemoet te komen aan de groeiende vraag naar printing-on-demanddiensten beschikt Grip op Media over een portal waar klanten hun eigen pakket kunnen corrigeren en bestellen. Wilfried: “Klanten voeren zelf aanpassingen door in het bestand en bestellen in de door hen gewenste oplage. Vroeger was een opdracht een heel traject, eerst naar een reclamebureau voor de correcties en vervolgens naar de drukker. Nu verloopt het voortraject een stuk efficiënter, sneller, gemakkelijker en goedkoper.”

Verrassende ideeën

Grip op Media staat dichtbij de klant en gaat prat op de persoonlijke contacten. Het bedrijf richt zich op de beste kwaliteit en een hoog serviceniveau. “Door alles zelf te doen, kunnen we efficiënt werken”, verklaart Holders. “Onze sterke punten zijn onze kennis en ervaring, flexibiliteit en korte lijnen. We denken breed mee en dragen de klant verrassende ideeën aan. Onze dienstverlening begint met vragen over de wensen en doelen om te komen met oplossingen die aansluiten bij wat de klant wil. Bovendien blijkt dat klanten vaak niet weten wat er tegenwoordig allemaal mogelijk is bij grafische dienstverleners.”

Uniek als een zebra

Vanwege de servicegerichte aanpak ziet Grip op Media haar rol bij de klant groeien van een uitvoerende drukker naar een dienstverlenende totaaloplosser. Niet voor

niets hanteert het bedrijf de slogan ‘We zijn zo uniek als de strepen van een zebra’. “Eigenlijk is elke ondernemer uniek”, vindt Wilfried. “De slogan past bij ons omdat we net zo veelzijdig en onderscheidend zijn als de natuur en een compleet aanbod aan communicatiemiddelen bieden. Hiermee kunnen we projecten van klanten ondersteunen, van de fotografie tot de complete productbegeleiding. Bovendien is de continuïteit van de huisstijl gewaarborgd. We begeleiden de klant van idee tot representatief product en zien dat we daarmee bijdragen aan de vraag van bedrijven naar slimme oplossingen voor hun marketingwensen. Bij bestaande klanten hebben we onze toegevoegde waarde in advies inmiddels bewezen. Zij schakelen ons vaker en eerder in om mee te denken over de opzet van middelen en campagnes. Ik ben blij dat die toegevoegde waarde in service steeds meer erkend wordt.”

Biz Borrel



AchterhoekBIZ eindejaarsborrel bij Gringo's

De AchterhoekBIZ eindejaarsborrel houden we deze keer op 17 december bij de Gringo's aan de Grutstraat 15 in Doetinchem. Ook deze editie hebben we een zeer inspirerende gastspreker voor u uitgenodigd; **Irene Koel**, creatief marketeer en eigenaar van The Zooooo (www.thezooooo.com). Ook geeft ze één dag per week les op de Design Academy in Eindhoven.

Irene heeft op het ANVR-Congres een verpletterende indruk gemaakt met een originele, sprankelende speech over innovatie en hoe je dat in je bedrijf kunt toepassen. Het sprak zeer tot de verbeelding omdat het niet bij mooie ideeën en uitspraken bleef, maar ook gevolgd werd door praktische tips waar iedereen die vooruit wil in een bedrijf iets mee kan. Daarnaast is Irene is een zeer ervaren marketeer, onder andere het brein achter de Hamsterweken van Albert Heijn.

U bent van harte welkom op 17 december vanaf 17.00 uur tot 19.00 uur aan de Grutstraat 15 in Doetinchem. Voor een hapje en drankje wordt gezorgd!

Na afloop van het netwerken bieden wij u de mogelijkheid om een hapje mee te eten voor eigen rekening. Gringo's heeft een speciaal AchterhoekBIZ menu samengesteld.

Luc Schatorije - Henk Jan Kuiper en Ed Smit



Fotografie: Carlo Stevering

Foto's: Achterhoek BIZ Borrel van 25 juni 2014 bij HCR 't Heuveltje in Beek.

Achterhoek BIZ borrel op woensdag 17 december!

Vanaf 17.00 uur tot 19.00 uur bij Gringo's in Doetinchem

Deze wordt u aangeboden door:

