

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 | → Rondleidingen |
| → Verschillende ruimtes | → (Audiovisuele) hulpmiddelen |
| → Diverse arrangementen | → Makkelijk te bereiken |
| → Culinair veel te bieden | → 20 tot 1700 personen |

Advies voor uw evenement?
Telefonisch via (0314) 36 84 50 of via
horeca@degraafschap.nl

www.degraafschap.nl/meeting-events



AchterhoekBIZ

Businessmagazine voor en door ondernemers in de Achterhoek en omstreken

Jaargang 4
Nr. 3 | 2015



Inspelen op technologische en economische ontwikkelingen



'Je moet de cultuur intens beleven als je bij De Graafschap werkt.'



Passie is de succesfactor voor Multi Ratio B.V.



FAD werkt samen aan de toekomst van de klant

Liever een auto blijven rijden dan je personeel betalen?

‘Heb je nooit een smeuge verhalen uit je vak?’ Dit wordt vaak aan mij gevraagd. Jawel, maar daar lopen wij niet mee te koop. Maar inderdaad. Je maakt best wel eens wat mee. Een verhaal dat mij bij is gebleven is dat wij opdracht kregen van een leasemaatschappij om een auto in te vorderen als de lessee nu niet ging betalen (5 maanden achterstand voor een bedrag van meer dan € 7.500,00). U zult begrijpen dat we hier niet over een kleine stadsauto praten. Wij hebben meerdere malen telefonisch en schriftelijk contact gehad met de lessee. Meneer was directeur van een bedrijf in het midden van het land. Telkens toezeggingen doen, maar helaas. Geen betaling. Dan zou hij weer toestemming hebben gehad van de leasemaatschappij om weer verder te mogen rijden. Etc. etc. De maat was vol. Invorderen dat voertuig. Wij bellen op om een afspraak met hem te maken. Weer kwam de debiteur met loze belofes. Wij beloofden hem één ding. Dat wij morgen het voertuig kwamen ophalen. Dat wilde meneer wel eens zien.

De volgende morgen om 10.00 uur staan wij met de sleepdienst bij het bedrijvenpand van de debiteur. We melden ons aan de balie en vragen naar de heer P. Hij is in bespreking en kan niet gestoord worden. Als wij uitleggen dat wij op zijn verzoek komen omdat zijn auto een servicebeurt nodig heeft, neemt de receptioniste alsnog contact op. Wij horen de lessee zeggen dat hij geen tijd heeft. Wij vragen de receptioniste of wij de telefoon even mogen, omdat wij het jammer zouden vinden om weer zo terug te rijden. Dat doet zij. Door te melden dat wij het gebeuren ook openbaar willen maken en eventueel de auto op de ambulance zetten, verandert de houding. Schoorvoetend komt hij naar beneden en wij worden uitgenodigd om naar zijn kantoor te komen. Met z’n tweeën gaan wij naar zijn kantoor. Meneer vraagt of er nog wat aan te doen valt. Nee. Kans genoeg gehad. Wij nemen de auto mee en zodra meneer binnen twee weken de achterstand bij elkaar heeft, de nieuwe termijn betaalt en de kosten die er met dit gebeuren gemoeid zijn, mag hij de auto weer komen halen. Dan mag hij blijven rijden en wordt het contract niet voortijdig beëindigd.



IBG INCASSO
INCASSO BUREAU GELDERLAND
www.ibgincasso.nl



Geurt Hilmer, IBG Incasso

Meneer gaat naar een kast en haalt uit een kluisje een bundel geld tevoorschijn. Een aantal briefjes haalt hij eruit. De rest stopt hij terug met de mededeling ‘huishoudpot’. Een totaalbedrag van € 4.500,00. Of dit genoeg is? Het gaat slecht met zijn bedrijf en zijn personeel heeft ook al twee maanden geen loon gehad. Ook de vakantiegelden waren nog niet uitgekeerd. Wij bellen met de leasemaatschappij en vragen wat die wil. Men gaat niet akkoord. Conclusie: het voertuig wordt ingenomen. Wij delen dit aan de lessee mee. Schoorvoetend hij geeft de sleutels. Hij zal de reservesleutels toezenden. Samen lopen we de trap af. Ik geef de sleutels aan de sleepdienst. De auto wordt op de ambulance gereden. De lessee weet zich geen raad en begint als een gek te schreeuwen: ‘die rot-auto, altijd wat met dat k....ding. Kost een vermogen en wil weer niet goed rijden. Geef dat ding maar terug als hij weer goed rijdt of geef me een ander!’ Het personeel staat voor de ramen en ziet alles gebeuren. Ik kijk eens naar deze mensen en heb medelijden met ze. Hoelang duurt het nog voordat ze op straat staan?

De achterstand is nooit betaald en het bedrijf is na één maand failliet gegaan. Soms zit ik nog wel eens aan de man te denken en aan het pak met geld. Huishoudgeld.



Interview

De Zwarte Cross, Prinsjesdag, de Nationale Sinterklaasintocht, Het Circuit van Zandvoort. Het zijn slechts enkele evenementen waarvoor MediaCows uit Doetinchem het complete audiovisuele traject verzorgt. In de werkwijze gaat het bedrijf verder dan de techniek en richt het zich op maximale interactie met bezoekers. ‘Beleving tijdens evenementen is immers het bestaansrecht voor de toekomst.’

Automobiel-bedrijf Ruesink

Met de bouw van het nieuwe pand van Automobielbedrijf Ruesink op een mooie zichtlocatie aan de Vlijtstraat in Doetinchem richt het bedrijf ook een Nederlandse DS-Salon in. Hiermee heeft het een primeur; het is de enige DS-Salon in het oosten van het land en één van de eerste in Nederland.



Foto: Wendy Scholten-fotografie

Hippisch Festijn

Het Achterhoeks Hippisch Festijn, dat van 18 tot en met 20 september plaatsvindt in Varsseveld, verheugt zich op een aantal nieuwe ontwikkelingen. Een daarvan is de verhuizing van het hoofdterrein.

Column - 2

Liever een auto blijven rijden dan je personeel betalen?

Autobedrijf Theo Wenting - 4

Presentatie nieuwe Subaru Levorg

Voorwoord - 5

Investeren, innoveren en communiceren is dé oplossing

Coverstory - 6

Kaak Group en JAWS

Martine Zuil - 11

Kennismaking met Graafschap Marketing Directeur

FAD - 14

FAD werkt samen aan de toekomst van de klant

Media Cows - 17

Audiovisueel partner voor dynamische, interactieve communicatie

Hippisch Festijn - 20

Achterhoeks Hippisch Festijn verhuist hoofdterrein

Automobiel-bedrijf Ruesink - 21

Unieke DS-Salon in nieuwe showroom

Multi Ratio - 24

Passie is de succesfactor voor Multi Ratio B.V.

Terborgse Wijncentrale - 27

Kerstpakketten 2015

Recreatiepark de Wrange - 28

Veilig investeren in een recreatiewoning van ‘De Wrange’

NetwerkBIZ - 30

Terugblik bij Van Egmond Groep

AGENDA

NetwerkBiz bijeenkomst

17 december:

Het Arsenaal 1309 in Doesburg

Autobedrijf Theo Wenting presenteert nieuwe Subaru Levorg



Op woensdag 25 augustus presenteerde Autobedrijf Theo Wenting het allernieuwste model van Subaru, de Levorg. De Achterhoek had een primeur en dat werd door Autobedrijf Wenting groots aangepakt. In een volle zaal van het Amphion vond een presentatie plaats over Subaru, waarna de nieuwe Levorg op het podium werd onthuld door de kinderen van Theo en Ingeborg Wenting samen met de directeur van Subaru Europa. Circa 150 gasten waren hiervan getuige. De aanwezigen konden de auto van dichtbij aanschouwen, waarna er gelegenheid was in gesprek te gaan met de medewerkers van Autobedrijf Theo Wenting.

De decembereditie van AchterhoekBIZ publiceert een uitgebreider verslag van de Subaru Levorg met meer specificaties en eigenschappen.

Over de Levorg

Sinds lange tijd heeft Subaru weer een nieuw model in de familie kunnen verwelkomen. Met de Levorg betreden de Japanners de middenklasse met een sedan en Sports Tourer.

Gezien de lengte van de Levorg – 4.69 meter – staat de nieuwkomer (sportiever) onder de Outback gepositioneerd. Is dit de auto die Subaru rijden niet alleen veilig, maar ook spannend maakt?

Comfort en Premium

De Levorg kan voorafgaand aan zijn showroomdebuut in oktober worden besteld als Sports Tourer. De importeur stuurt het model standaard met automaat en vierwielaandrijving naar Nederland. Er zijn twee uitrustingsniveaus: de Comfort en de Premium. Wie de Levorg 1.6GT Comfort bestelt, heeft voor 34.995 euro al een complete auto voor de deur, met onder meer permanente vierwielaandrijving, automatische transmissie, infotainment, een sportonderstel, achteruitrijcamera, licht- en regensensor en lichtmetalen wielen altijd standaard. De Levorg GT-S Premium kost net geen 40 mille en onderscheidt zich van de Comfort met onder meer sportstoelen, grotere 18 inch wielen, lederen bekleding, schuifdak en navigatiesysteem. Elk exemplaar is uitgerust met het Advanced Safety Pack, waarin Rear Vehicle Detection, Blind Spot Detection, High Beam Assist, Lane Change Assist en Rear Cross Traffic Alert zijn opgenomen.

Pack zonder meerprijs

Snelle beslissers kunnen het STI Pack bestellen. Dit sportpakket bestaat uit een subtiel bodykit en kost tijdelijk 495 euro. Avonturiers hebben aan het Adventure Pack profijt van dakdragers en een trekhaak en dit pakket kost tijdelijk niets extra. De dealer biedt als alternatief ook het Protection Pack met stootstrips, rubberen bagageruimtemat en parkeersensoren achter voor niets aan.

www.thwenting.nl



Fotografie: Carlo Stevering



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



Foto: Simon Schutter

Investeren, innoveren en communiceren is dé oplossing

Toen ik de mooie artikelen voor deze AchterhoekBIZ doorlas, bedacht ik mij wat een succesvolle en innovatieve bedrijven we hebben in de Achterhoek. Daar ben ik best trots op. Hoewel de economie in 2015 slechts gering stijgt, zijn de groeikansen goed, gezien de innovatieve bedrijven in de regio.

Reuring

Investeren is absoluut nodig voor economisch herstel. Ook ik zie beweging in de markt. Het gaat weer goed in onze Achterhoek. Er is meer lef, er wordt weer geïnvesteerd en er worden plannen gemaakt. Bedrijven zijn drukker en weer meer bezig met hun corebusiness. Ook werken ze vaak samen met andere partijen. Dit alles heeft positieve gevolgen voor de economie.

Succesverhaal

We staan er als regio al om bekend innovatief te zijn. In deze editie van AchterhoekBIZ laten we bedrijven aan het woord die investeren en innoveren. Wat overeenkomt is dat zij goed kijken naar de behoefte van de markt en daarop slim inspelen om hun concurrentiepositie te behouden of te verbeteren. Ook werken zij samen, wat bijdraagt aan het succes. Zo zijn ondernemers aan het woord die vanwege groei naar een ander pand zijn verhuisd, nieuw gaan bouwen of samenwerken om de economie te stimuleren. Ondernemers

die hun succesverhaal willen delen en anderen inspireren.

Aantrekkelijke regio

Ook u heeft vast een succesverhaal. Draag dat uit zodat we de regio aantrekkelijk houden. Ook voor toekomstig personeel dat steeds meer wegtrekt. Maak daarbij gebruik van uw netwerk en benadruk samen de lokale kracht voor een bestendige regionale economie! Pak de kansen die er liggen. Want ondernemers die investeren in innovatie en ondernemerschap stimuleren, zorgen er ook voor dat Achterhoekers in hun eigen provincie kunnen blijven werken.

NetwerkBIZ-bijeenkomst

Ik wens u veel leesplezier met deze editie van AchterhoekBIZ en ontmoet u graag tijdens één van onze NetwerkBIZ-bijeenkomsten. De eerstvolgende is op 24 september bij Virupa in Aalten en de eindejaarsbijeenkomst houden we op 17 december bij Arsenaal 1309 in Doesburg. Tijdens beide bijeenkomsten hebben we een boeiend programma, dus noteer het vast in uw agenda. De NetwerkBIZ-bijeenkomst is een uitstekende mogelijkheid om uw bijdrage aan AchterhoekBIZ te verrijken. Na het programma is er voldoende tijd om onder het genot van een hapje en drankje te netwerken.

Ed Smit



Lodewijk van der Borg,
CEO van de Kaak Group
(l) en Jürgen van Aalst,
directeur van JAWS (r)

Kaak Group en JAWS spelen in op technologische en economische ontwikkelingen

‘We streven naar een vitaal technisch bedrijfsleven’

DE TECHNOLOGISCHE ONTWIKKELINGEN GAAN RAZENDSNEL. BEDRIJVEN MOETEN HIEROP INSPELEN, WILLEN ZE HUN CONCURRENTIEPOSITIE BEHOUDEN. DE KAAK GROUP EN JAWS UIT TERBORG SPELEN IN OP DE ONTWIKKELINGEN IN DE ACHTERHOEK EN ZETTEN ZICH IN VOOR EEN BLOEIENDE, REGIONALE ECONOMIE.

De Kaak Group in Terborg is een multinational en familiebedrijf ineen met dertien verkoop- en/of productievestigingen, die al meer dan 100 jaar wereldwijd hoogstaande, industriële bakkerijtechnologie ontwikkelt. Wat ooit begon met de productie van bakplaten is uitgegroeid tot partner in totaalconcepten voor industriële brood- en banketbakkerijen en verwante foodsectoren. ‘Ons motto is dan ook ‘van silo tot krat’, vertelt CEO Lodewijk van der Borg. ‘Het zijn veelal grootschalige maatwerkprojecten waarvoor we de volledige engineering, productie, installatie en het onderhoud verzorgen.’

Het Terborgse bedrijf draait erg goed en is één van de weinige wereldwijd, die in staat is grote projecten te realiseren. Om deze concurrentiepositie te behouden, is de organisatie continu bezig om een voorsprong in de markt te blijven houden. Lodewijk van der Borg: ‘Dat betekent dat we moeten inspelen op ontwikkelingen in de markt. We





investeren structureel in de organisatie en processen en door meerwaarde te bieden aan onze klanten. Zo zijn we ambitieus als het om metaal en kunststof 3D-printen gaat. We ontwikkelen spare parts voor klanten, waarbij we ons focussen op nieuwe producten. Door 3D-printen in te zetten voor specialistische producten, waarmee we klantwensen kunnen honoreren, kunnen we toegevoegde waarde leveren. Ook breiden we ons assortiment per 1 september uit met consumentenoliën.'

Quick Response Manufacturing

De Kaak Group staat bekend als bedrijf dat maatwerk en totaalconcepten levert, maar wil de institutionele klant breed bedienen en ook van dienst zijn op diverse andere gebieden. De kennismaking met Quick Response Manufacturing (QRM) heeft het management doen besluiten binnen het bedrijf 'minibedrijfjes' op te zetten. 'Deze minibedrijven ofwel officecellen bestaan uit een vaste groep medewerkers die gezamenlijk verantwoordelijk is voor het totale proces waarin een stand alone machine tot stand komt en de daaraan gekoppelde omzet,' licht Jürgen van Aalst toe. De directeur van JAWS heeft ruim 17 jaar bij de Kaak Group als HR-manager gewerkt en vertelt over de ervaringen met

QRM: 'Bij QRM gaat het enerzijds om waardetoevoeging voor de klant en anderzijds om een optimale flow in de productie. En als familiebedrijf streven we naar betrokken

'Het bedrijfsleven heeft technische medewerkers nodig en die zijn moeilijk te vinden.'

medewerkers, die gebruikmaken van hun kwaliteiten. Met de introductie van de officecellen naast de totale lijn kunnen we nieuwe marktgroepen bedienen. Het resultaat van deze bedrijfsstrategie is dat doorlooptijden zijn verkort, de organisatie flexibeler werkt, medewerkers nog meer betrokken zijn en ondernemerschap tonen én we boren nieuwe markten aan.'

Technische arbeidsmarkt

Voor al deze en andere ontwikkelingen is technisch personeel nodig, op alle niveaus. Medewerkers zijn immers voor elk bedrijf cruciaal om te kunnen innoveren. En techniek is mensenwerk. Van der Borg: 'Kaak Group bedenkt en maakt alles zelf. Dat betekent dat we regelmatig nieuwe technische mensen nodig hebben. Door de toenemende krapte op de technische arbeidsmarkt en het wegtrekken van technische mensen uit de regio is het moeilijk kandidaten te vinden. Wij vinden het als familiebedrijf bovendien belangrijk de sociale en economische verbinding met de Achterhoek te behouden. Toen Jürgen aangaf als ondernemer te willen starten in de werving en selectie, zagen we mogelijkheden in de markt. Door het tekort aan technisch personeel zien we dat de arbeidsproductiviteit en de winstgevendheid van het technisch bedrijfsleven onder druk komen te staan. Met JAWS komt daarin verandering en brengen we de juiste vraag-aanbodverhouding in de vaste en flexibele schil bij bedrijven in de techniek tot stand.'

Bemiddeling technisch personeel

Begin dit jaar is JAWS (Jürgen van Aalst Werving & Selectie en Kaak in het Engels 'JAW') van start gegaan. Het is een bureau waar organisaties en kandidaten terecht kunnen voor een professionele, persoonlijke bemiddeling tussen alle betrokken partijen. Er zijn al vele matches tot stand gebracht en er zijn plannen voor het openen van een tweede vestiging. 'Met

een groot regionaal netwerk zijn we een partner met onmisbare kennis en ervaring voor alle partijen die technisch personeel zoeken,' stelt Van Aalst. 'We onderhouden nauwe contacten met het bedrijfsleven en het onderwijs en de Kaak Group zet zich al jaren in om jongeren in de techniek te krijgen. Bovendien snappen we vanuit de jarenlange ervaring in de techniek wat de mensen op de werkvloer beweegt, kennen we het onderscheid tussen de verschillende disciplines en weten we hoe we moeten acteren in een krappe arbeidsmarkt. Vanuit mijn ervaring kan ik meedenken in organisaties over geschikt vakkundig personeel en met mijn netwerk kan ik een bijdrage leveren aan de doelen en continuïteit van een organisatie. Naast het bemiddelen voor de Kaak Group werken we ook voor andere bedrijven in de maakindustrie en machinebouw. En we zorgen voor omscholing van mensen met voldoende motivatie. Het is belangrijk dat we samenwerken om een vitaal, technisch bedrijfsleven te houden voor de Achterhoek, maar ook voor de rest van Nederland.'



Het pand van JAWS aan de Silvoldseweg 5 in Terborg



HOLGA HELPT UNIEKE ACHTERHOEKERS AAN HET WERK

Heeft u nieuwe medewerkers nodig? Denk dan aan het inzetten van een Unieke Achterhoeker! Aan het woord is Marc Oudenampsen, directeur van Holga in Doetinchem. Hij is laaiend enthousiast over de Unieke Achterhoekers die hij in dienst heeft. "Eerlijk is eerlijk, de mensen van het Werkgeversservicepunt Achterhoek moesten me over de streep trekken. Ik voelde enige schroom bij het aannemen van mensen die moeilijker aan een baan komen."

Een maand op proef

"De mensen die via het Werkgeversservicepunt Achterhoek bij ons zijn geplaatst, kwamen eerst een maand op proef. Daarnaast zijn er meer faciliteiten en financiële regelingen die mij als werkgever ontzorgen."



Blij met Armand

"Neem nou Armand, één van onze Unieke Achterhoekers. Hij is altijd op tijd of veel te vroeg, loopt de benen uit het lijf en is enorm betrokken bij het werk. Armand groeide binnen een jaar door naar de functie van voorman."

Kies voor een Unieke Achterhoeker

"Wij voldoen aan de eisen die de Participatiewet aan werkgevers stelt. Buiten dat kan ik iedereen aanraden een Unieke Achterhoeker een kans te geven. Het is goed voor alle betrokkenen."

Wilt u meer weten over Unieke Achterhoekers in uw buurt? Of wilt u een Unieke Achterhoeker in uw bedrijf opnemen? Kijk voor meer informatie op de site.

UNIEKEACHERHOEKERS.NL



Tekst: Jessica Schutten Fotografie: Simon Schutter

Graafschap marketing directeur Martine Zuil:

'Al ruim 20 jaar voel ik me part of the family'

HET IS DAAGS NA DE EERSTE EREDIVISIEWEDSTRIJD TEGEN HEERENVEEN. ONDANKS HET VERLIES VAN 3-1 IS DE KERSVERSE MARKETING DIRECTEUR MARTINE ZUIL POSITIEF GESTEMD: 'DE PROMOTIE MOET NOG VORM KRIJGEN, MAAR WE HOREN ER WEER BIJ. DE CLUB HEEFT DE WIND MEE, EUFORIE ALOM EN DE SUPPORTERS EN SPONSOREN MELDEN ZICHZELF.'





Internetoplossingen op maat

Unieksporten apps en website ontwikkeld door I-Pulse





websites en webshops



mobiele websites en apps



marketing en optimalisatie



maatwerk applicaties

I-Pulse BV - Grutbroek 11 - 7008 AK Doetinchem - 0314 377 686 - info@i-pulse.nl - www.i-pulse.nl



Martine Zuil is al ruim 20 jaar een Graafschapsupporter in hart en nieren en is sinds juni dit jaar marketing directeur bij De Graafschap. De ervaren marketeer en oud-hoofdredacteur van diverse vakbladen bij Reed Business kent de club van haver tot gort en was vanaf de eerste kennismaking verkocht. 'Hoewel ik van oorsprong Rotterdammer ben, was ik vanaf de dag dat ik De Vijverberg binnenstapte, verliefd op De Graafschap. Derk Haank, destijds directeur bij Reed Business en bestuurslid van de Graafschap liet mij tijdens mijn eerste bezoek met iedereen kennismaken. Het voelde als een warm nest, ik was direct part of the family. Er heerst een heerlijke clubcultuur, iedereen is waardevol. Het is een club met de poten in de klei en met oprechte belangstelling voor de sponsors en supporters.'

Hobby

Martine neemt een blik aan ervaring mee bij De Graafschap. Ze studeerde marketing, volgde de school voor journalistiek en kwam terecht in Doetinchem bij Reed Business. De intentie was een paar maanden als stagiair te blijven, maar het werd zeventien jaar. Al snel werd ze redactiefchef en daarna hoofdredacteur van diverse titels in food, horeca en out of home. 'Ik zocht altijd naar nieuwe activiteiten en producten die aansloten bij de doelgroepen die ik bediende. Hoewel ik vanwege andere werkzaamheden uiteindelijk ben teruggegaan naar Rotterdam, bleef ik de Graafschap trouw. Ik reed gerust 150 kilometer heen en ook weer terug om de wedstrijden van De Graafschap bij te wonen. Uiteindelijk kwam ik terug bij Reed en ondersteunde ik in mijn vrije tijd als vrijwilliger de commerciële afdeling. Als ik mijn carrière nu bezie, heeft het zo moeten zijn. Ik ben een erg gelukkig mens en ben gezegend dat ik van mijn hobby mijn werk heb kunnen maken.'

Tailormade

De functie van Martine richt zich op het marketing- en communicatiebeleid en de daaruit voortvloeiende activiteiten richting alle belanghebbende partijen. Van het uitdragen van de missie en visie van De Graafschap tot het bewaken van het imago, het onderhouden van contacten en de organisatie van evenementen. 'We hebben een goed verhaal dat staat',



stelt de sportliefhebber trots. 'Goede marketing gaat om het uitdragen van dat verhaal naar alle partijen. Daarvoor is het van belang dat alle activiteiten aansluiten bij de missie en visie. En de koers moeten we ook op lange termijn aanhouden. Alles moet op elkaar zijn afgestemd en op een geïntegreerde manier aangepakt worden. De marketing wordt meer tailormade. We bekijken de huidige sponsorcontracten en gaan met bedrijven in gesprek. Meer dan voorheen spelen we in op de doelen van de organisatie. Het ene bedrijf sponsort omdat het relaties wil meenemen naar

'De marketing wordt meer tailormade en alles moet op elkaar afgestemd zijn.'

wedstrijden, het andere wil de naamsbekendheid vergroten. Wil een organisatie meer landelijke bekendheid dan is shirt- of bordssponsoring interessant. Maar voor een regionaal werkend bedrijf zoeken we naar andere mogelijkheden. En soms wil een bedrijf de club gewoon wat gunnen. Deze aanpak geldt niet alleen voor de sponsoring, maar ook voor de evenementen. Wat hebben we, wat kunnen we bieden en wat past bij de belofte en missie en visie? Dat kun je niet los zien van de horeca, die veel mogelijkheden biedt buiten de wedstrijden om, zoals de bedrijfsnetwerken. Bovendien mogen sponsors gebruikmaken van de ruimtes voor hun eigen bijeenkomsten. Naast de marketing bewaak ik het sociale karakter van De Graafschap. Want maatschappelijke betrokkenheid, waaronder arbeids- en sportparticipatie, neemt ook een prominente plek in in ons beleid.'

Communicatie

Het grote netwerk dat Martine in de Achterhoek heeft, is een groot voordeel in haar werk bij De Graafschap. Daarnaast kent ze de mensen van de club. En dat is een groot voordeel,



beaamt de goedlachse. 'Als je voor deze club wilt werken, moet je de cultuur intens beleven, anders werkt het niet.' De match is erg belangrijk, ook in de zoektocht naar een nieuwe commercieel directeur. Totdat die gevonden is, neemt Martine samen met Eugene Fierkens, lid van de Raad van Commissarissen, de commerciële verantwoordelijkheid op zich. 'De club heeft veel wisselingen gehad. We streven nu naar rust, continuïteit, helderheid en eerlijkheid. Er is imagoschade ontstaan en de communicatie richting supporters en staf is niet goed verlopen. Waar ik erg blij mee ben, is dat er een supporterscommunicator is aangesteld die de wederzijdse communicatie verzorgt. Een mooi en belangrijk initiatief dat ontstaan is vanuit de supporters en al is ingezet voor de promotie. In het kader van helderheid ben ik ook groot voorstander van het hanteren van een eerlijk prijsbeleid. Inmiddels zijn de stoeltarieven verlaagd en rechtgetrokken en worden er geen aparte deals meer afgesloten. Mensen praten immers met elkaar en je moet als club iedere afzonderlijke sponsor recht in de ogen kunnen kijken. Ik wil het stadion vol krijgen met eerlijk zakendoen.'

Erbij horen

In haar werk plukt Martine de vruchten van de positieve wind die nu waait. 'De promotie moet nog vorm krijgen, maar we horen er weer bij. We hebben een dosis geluk

geïnjecteerd gekregen. Er heerst een grote vreugde. Ineens stonden mensen weer in de rij voor een seizoenskaart. De zomerperiode is altijd al een hectische tijd, maar nu helemaal. De veldverwarming en nieuwe grasmat zijn net aangelegd en we hebben ruim 50 nieuwe sponsors. We zien sponsors die in het verleden afgehaakt hebben weer terugkomen en zijn erg blij met de nieuwe Rabobank Lounge. Momenteel worden de sponsorborden vervangen en iedereen wil helpen. Dat is toch geweldig! Klantenbinding is niet alleen belangrijk voor een bedrijf, maar ook voor een voetbalclub. Want hoe meer bezoekers en sponsors, hoe beter de sfeer. Martine vertelt na haar bezoek aan het Abe Lenstrastadion erg onder de indruk te zijn van de ongekende mogelijkheden voor relaties en supporters daar. 'Wat een mooi stadion! In de toekomst moeten wij ook veel meer kunnen bieden aan onze sponsors in ons stadion. Maar wij blijven nuchter, geen grootheidswaanzin voor De Graafschap. Rust en continuïteit op alle vlakken staan voorop. Ik heb plannen genoeg, maar uiteindelijk is goed voetbal tonen de beste marketing die een voetbalclub kan hebben. Want dat is je core business. Als het voetbal niet goed is, deugt immers niets. Het bier is lauw en de bitterballen zijn koud. Nu smaakt het bier weer heerlijk!'

'Ik ben een erg gelukkig mens en ben gezegend dat ik van mijn hobby mijn werk heb kunnen maken.'

FAD werkt samen aan de toekomst van de klant

‘Onze kracht is dat we de klant en zijn situatie goed kennen’

ALS ONDERNEMER BENT U ALTIJD MET UW TOEKOMST BEZIG. DAT VRAAGT OM EEN ADMINISTRATIE- EN BELASTINGKANTOOR DIE NET ZO TOEKOMSTGERICHT IS ALS U. FAD UIT DOETINCHEM EN DINXPERLO IS GEEN GEWOON ADMINISTRATIEKANTOOR, MAAR ÉÉN DIE BETROKKEN IS EN VERDER GAAT. ‘WE KENNEN DE ONDERNEMER EN DENKEN SAMEN MET HEM OVER DE TOEKOMST VAN HET BEDRIJF.’



Patrick Aaldering

Financieel-Fiscaal-Administratie-Advies-Doetinchem-Dinxperlo (FAD) bestaat in de huidige vorm negen jaar en is sinds een jaar gevestigd aan de Koopmanslaan in Doetinchem. Daarnaast heeft FAD een vestiging in Dinxperlo.

‘Met de meeste klanten hebben we langlopende relaties’, vertelt Patrick Aaldering, die samen met Gerben Polman eigenaar is van het Achterhoekse bedrijf. ‘We vinden het ook belangrijk dichtbij de klant te staan. Op zakelijk en particulier gebied doen we alles waar je aan denkt bij een administratie- en belastingkantoor. Naast het verwerken van de (loon)administratie, kunnen we de btw-aangifte, de aangifte inkomstenbelasting en vennootschapsbelasting en de jaarrekening verzorgen. Maar ook beoordelen we ziekteverzuim, begeleiden we ontslag aanvragen, adviseren we bij herstructureringen, verzorgen we de particuliere aangiften, adviseren we bij erf- en schenkbelasting en signaleren we bij hypotheek/verzekeringen. Er wordt steeds meer gevraagd door klanten. Met onze expertise en automatisering doen we niet onder voor de grotere kantoren’.

Innovatief boekhouden met Yuki

Dankzij het nieuwe online boekhoudprogramma Yuki heeft FAD op afstand inzicht in de bedrijfsvoering. Het bureau werkt veel voor zelfstandig ondernemers en MKB'ers waarvoor het pakket zeer geschikt is. ‘We vinden het belangrijk dat klanten ook een bepaalde onafhankelijkheid hebben en inzicht hebben in hun bedrijfsvoering. Daarom bieden we hen Yuki



Gerben Polman

aan, een laagdrempelig online boekhoudpakket. ‘Met dit pakket wordt de administratie door middel van scannen en herkennen grotendeels automatisch geboekt. Middels Yuki kan via een dashboard op eenvoudige wijze, real-time, inzicht gegeven worden in de rentabiliteit van de onderneming. Ondernemers kunnen handmatige facturen en bonnetjes onder andere gemakkelijk via een Smartphone inschieten. Yuki is verkrijgbaar vanaf 5 euro per maand, afhankelijk van de diensten die een klant afneemt en het aantal verrichte transacties. Daarnaast biedt Yuki de mogelijkheid om op eenvoudige wijze de gehele administratie te outsourcen (BPO: business proces outsourcing).

Persoonlijk en dichtbij

Vertrouwen is het sleutelwoord bij FAD. Doordat steeds meer boekhouding online gaat, is het werken van FAD ook efficiënter geworden. ‘Onze meerwaarde is naast het controleren van de administratie het geven van deskundige adviezen. Daarbij stellen we ons proactief op. We informeren onze klanten elk kwartaal met een nieuwsbrief en ze ontvangen eindejaarstips. Als we weten dat een wetswijziging een klant raakt, dan nemen we contact met hem op. Onze kennis van fiscale regelgeving en de positie van klanten is actueel. We kennen onze klanten en willen hen verder helpen, op een persoonlijke, laagdrempelige manier. Samen met de ondernemer bekijken we op welke manier we hem kunnen ondersteunen. Toekomstvisie wordt immers steeds belangrijker.’

Betrokken

De onderscheidende manier van werken is het succes van het groeiende bureau. De werkwijze kenmerkt zich door een grote betrokkenheid bij de klant. Dat doen de medewerkers vanuit een oprechte interesse. ‘We zoeken altijd naar een goede balans tussen een zakelijke en sociale houding. Onze klanten komen veelal uit de regio, maar ook na een verhuizing blijven ze vaak nog bij ons. En met online boekhouden is dat ook mogelijk. Mensen kennen ons waardoor ze makkelijker bij je aankloppen en komen binnenlopen. Klanten hebben een vast contactpersoon. Ze waarderen onze betrokkenheid en deskundigheid door ons trouw te blijven. Als je klanten goed bedient, komen er vanzelf nieuwe klanten.’

www.fad.info

Powered by



Boost nodig in de sales? We can do it!



Telemarketing•

Relatiebeheer•

Coaching•

Business Teambuilding•

**WORK HARD
PLAY HARD**

Onze kracht:

Wij verkopen uw product vanuit uw organisatie

Wij denken met u mee en leveren maatwerk

Wij fungeren als verlengstuk, houden de lijnen kort

Een nieuwe tak binnen onze dienstverlening die wij gaan introduceren: Business Teambuilding
(houd onze site in de gaten voor updates!)

www.wijzijnsprakeloos.com

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

MediaCows
digital media @ events



MediaCows: audiovisueel partner voor dynamische, interactieve communicatie

‘Het draait allemaal om het overbrengen van de boodschap’

DE ZWARTE CROSS, PRINSJESDAG, DE NATIONALE SINTERKLAASINTOCHT, HET CIRCUIT VAN ZANDVOORT. HET ZIJN SLECHTS ENKELE EVENEMENTEN WAARVOOR MEDIACOWS UIT DOETINCHEM HET COMPLETE AUDIOVISUELE TRAJECT VERZORGT. IN DE WERKWIJZE GAAT HET BEDRIJF VERDER DAN DE TECHNIEK EN RICHT HET ZICH OP MAXIMALE INTERACTIE MET BEZOEKERS. ‘BELEVING TIJDENS EVENEMENTEN IS IMMERS HET BESTAANSRECHT VOOR DE TOEKOMST.’



Tekst: Jessica Schutten Fotografie: Simon Schutter



Sander Teunissen



Niels Teunissen

Of het nu om een bedrijfsevent, een festival of beurs gaat, bij elk evenement wilt u een boodschap overbrengen. De manier waarop deze boodschap wordt overgebracht, is van groot belang voor het slagen van een event. MediaCows heeft daarvoor zowel een technische als communicatieve oplossing: naast de specialisatie in video en andere audiovisuele middelen adviseert het bedrijf over de rol van de middelen in de communicatiemix en de boodschap die klanten willen uitzenden. ‘De techniek en content moeten optimaal op elkaar zijn afgestemd om doelgericht te communiceren met bezoekers’, stelt Sander Teunissen, die samen met zijn broer Niels eigenaar is van het mediabedrijf met in totaal zes medewerkers. ‘Als mediabedrijf verhuren en verkopen we audiovisuele apparatuur zoals ledschermen, beamers, meercamera regiesets en geluidssystemen voor bedrijfspresentaties en evenementen. Maar we onderscheiden ons van andere audiovisuele bedrijven doordat we de markt op een andere manier benaderen. We zitten met marketingmanagers en evenementenorganisatoren om tafel waarbij we niet alleen denken in techniek, maar juist in het overbrengen van een boodschap en beleving. Hoe komt de boodschap het best bij de bezoekers binnen? Neem als voorbeeld de tone of voice. Je begrijpt dat mensen op de Zwarte Cross anders benaderd worden dan bezoekers van de Nationale Sinterklaasintocht. Maar ook denken we mee over de inzet van social media tijdens een beurs of bedrijfsevent. We proberen antwoord te vinden op vragen als: Wat zijn je communicatiedoelen met het event? Wat zijn je kernwaarden, wat is het plan achter en wanneer is het geslaagd?’

Succes

Een kleine tien jaar geleden startten de heren op de zolderkamer van hun ouders. Zij waren ervan overtuigd dat meer interactie en beleving bijdragen aan het succes van evenementen. Sander: ‘Op lokale en regionale kermissen installeerden en bedienden we een eigen scherm waarop filmpjes, mededelingen en foto’s van bezoekers werden uitgezonden. Ook verkochten we zendtijd aan lokale bedrijven. Begin 2010 besloten we te investeren in ledschermen, zodat we ook de grotere events konden bedienen. Er waren nog niet veel partijen die dit aanboden. En voor we het wisten duwt de ene bal de andere aan en gaat je netwerk voor je werken. Mede door onze innovatieve concepten kwamen we terecht bij onder andere de Zwarte Cross en de Vierdaagsefeesten in Nijmegen.’

Crowd Control

Met het concept Crowd Control zet MediaCows communicatie in bij crowd management. Veiligheid wordt een steeds belangrijker speerpunt voor grote evenementen. Daarom hebben de evenementenorganisatoren steeds meer de behoefte te communiceren met bezoekers. MediaCows zit samen met de organisatoren om tafel voor het complete veiligheidsplan. ‘Dit zetten we in om bezoekersstromen te coördineren en mensen te informeren over bijvoorbeeld slecht weer dat op komst is of over treintijden. We kunnen ter plekke vanuit één punt elke individuele videowall aansturen en

van actuele content voorzien. Het is een perfecte manier om iedereen te bereiken en werkt efficiënter dan apps. Het nadeel hiervan is dat niet iedereen ze downloadt en het netwerk snel overbelast raakt.’

Interactieve advertising

Op een interactieve manier kunnen bedrijven aan hun merkbekendheid werken door te adverteren op de videowalls. Het advertisingconcept van MediaCows is hierin onderscheidend. ‘Met advertising creëren bedrijven betrokkenheid en kunnen ze informatie geven. Bij MediaCows gaan we verder dan alleen de advertentieverkoop. Afhankelijk van de vraag van de klant bespreken we de communicatiedoelen en stellen we een plan op van de in te zetten middelen. Naast adverteren is het mogelijk om interactie met het publiek te zoeken door inzet van social media.’

Nuchter

Hoewel de medewerkers van MediaCows zich doorgaans tussen nationale en internationale bekendheden bevinden, staan ze nog steeds met beide benen in de Achterhoekse wei. ‘We bevinden ons vaak in mensenmassa’s, maar onze aanpak is persoonlijk. Deze ‘tegenstrijdigheden’ komen terug in onze naam: ‘Media’ in de naam heeft te maken met onze werkzaamheden en ‘cows’ staat voor onze Achterhoekse afkomst.’

Audiovisuele diensten

Met die werkwijze weet het bedrijf ook regionaal veel klanten aan zich te binden. Veel organisaties maken gebruik van de audiovisuele diensten van MediaCows voor bedrijfsopeningen, beurzen en presentaties. ‘We verhuren hoge kwaliteit apparatuur en werken op locatie met vakbewame technici voor de op- en afbouw, cameraregistratie, geluid en regie. Maar dat vinden we slechts randvoorwaarden. Wij denken vanuit de (communicatie)doelstellingen met onze klanten mee. Hiervandaan werken we toe naar de details. Dat gaat zelfs zover dat we alle presentatie vooraf beoordelen op onder andere beeldverhouding, lettergrootte en werkende linkjes naar YouTube filmpjes. Maar we zorgen natuurlijk ook voor afkijkmonitoren en adviseren over de keuze voor een headset of microfoon en de verlichting. Video neemt



een steeds belangrijkere rol in, waar je ook komt. Maar ook de informatievoorziening voor bezoekers op een beurs, een welkomstboodschap, de manier waarop je een bezoeker in de beursstand krijgt, het zijn kleine dingen waar wij aan denken, die essentieel zijn voor het slagen van een evenement.’

Toekomstplannen

Sinds 1 juni dit jaar is MediaCows in een ander pand gevestigd aan de Informaticaweg in Doetinchem, waar meer opslag- en kantoorruimte ter beschikking is. Het innovatieve bedrijf zit niet stil en heeft voldoende plannen. Sander: ‘Ik verwacht dat er in de toekomst nog meer content ter plekke wordt gecreëerd om aan te sluiten bij de wensen van de bezoekers. Dit traject hebben we nu ingezet. Daarnaast zijn we bezig met een aantal andere innovatieve concepten. Hier willen we nog niet teveel over zeggen. Vast staat dat er nog genoeg plannen en ontwikkelingen zijn. Audiovisuele diensten in combinatie met communicatie is onze passie en dat levert zoveel werkplezier op dat we nog lang niet klaar zijn!’

www.mediacows.nl



‘Als mediabedrijf verhuren en verkopen we audiovisuele apparatuur, maar we onderscheiden ons van andere audiovisuele bedrijven doordat we de markt op een andere manier benaderen.’

Tekst: Jessica Schutten Fotografie: Ruesink

Achterhoeks Hippisch Festijn verhuist hoofdterrein

HET ACHTERHOEKS HIPPISCH FESTIJN, DAT VAN 18 TOT EN MET 20 SEPTEMBER PLAATSVINDT IN VARSSEVELD, VERHEUGT ZICH OP EEN AANTAL NIEUWE ONTWIKKELINGEN. EEN DAARVAN IS DE VERHUIZING VAN HET HOOFDTERREIN.

Afgelopen editie werd het Achterhoeks Hippisch Festijn op de zaterdagmiddag geteisterd door hevige regenval die het terrein blank zette. "Door het hoofdterrein verder naar achteren te verplaatsen, dichtbij de bosrand, bieden we de springruiters een goede bodem omdat de grasbodem daar veel meer regenwater kan verwerken, mocht het opnieuw gaan regenen", legt voorzitter Johan Venderbosch uit.

De verhuizing brengt een extra investering van zo'n 20.000 euro met zich mee. "We steken onze nek uit, maar dat hebben we er graag voor over. We moeten naar de toekomst kijken en als veelzijdig paardensportevenement op de kaart blijven staan, dus ook de springruiters zo goed mogelijk faciliteren. Ik heb een heel goed gevoel over de verhuizing. Het hoofdterrein ligt tussen de bossen in, wat een landelijk sfeertje geeft, en de cross country op zondag loopt er vlak langs."

De internationale cross country die door de Vennebulten voert is het hoofdnummer van het driedaags evenement, maar ook op het



Foto: Wendy Scholten fotografie

hoofdterrein is er op zondag een non-stop programma vol paardensport. Het promodorp is uitgebreid en naast showblokjes met springende konijnen, zijn er talrijke kinderactiviteiten. Aan het einde van de middag wordt bekend welke Nederlandse ruiter of amazone zich Nederlands kampioen eventing mag noemen!

De entree op vrijdag en zaterdag is gratis. Op zondag 10 euro per persoon en gratis voor kinderen tot en met twaalf jaar. Alle informatie is te vinden op

www.hippischfestijn.nl
www.facebook.com/hippischfestijn

Hippisch feestje voor het hele gezin



Unieke DS-Salon in nieuwe showroom Automobielbedrijf Ruesink

MET DE BOUW VAN HET NIEUWE PAND VAN AUTOMOBIELBEDRIJF RUESINK OP EEN MOOIE ZICHTLOCATIE AAN DE VLIJTSTRAAT IN DOETINCHEM RICHT HET BEDRIJF OOK EEN NEDERLANDSE DS-SALON IN. HIERMEE HEEFT HET EEN PRIMEUR; HET IS DE ENIGE DS-SALON IN HET OOSTEN VAN HET LAND EN ÉÉN VAN DE EERSTE IN NEDERLAND.



3D tekening: Piet van der Putten architect bna





Autobedrijf Ruesink is al bijna 40 jaar een Citroëngarage waar zowel de zakelijke als de particuliere klant terecht kan. Het familiebedrijf dat gestart is door vader Ap Ruesink wordt sinds 2005 geleid door de broers Bert en René. Het bedrijf verkoopt en onderhoudt momenteel alle types van Citroën, Fiat en de DS. 'Wij zijn gegroeid en groot geworden als Citroëndealer', vertelt Bert Ruesink. 'We verlenen een brede service en hebben alles in eigen huis. Naast de verkoop, particuliere en zakelijke lease, onderhoud, APK en schadeherstel dragen we zorg voor onder andere de inbouw van lpg-installaties, airconditioners, navigatiesystemen en telefoons. We kunnen klanten een totaalpakket aanbieden met naast de auto een financiering, onderhoudscontract en verzekering.' Inmiddels bestrijkt Automobielbedrijf Ruesink de hele regio tussen Doetinchem en Enschede met vestigingen in Ruurlo, Doetinchem, Enschede en Zutphen. In 2009 vond het bedrijf het tijd worden voor uitbreiding met een ander merk. Het

werd Fiat. Bert: 'Beide merken zijn toonaangevend, innovatief en de design en emotionele look zijn kenmerkend voor Italiaanse en Franse auto's. De merken steken altijd hun nek uit om met nieuwe modellen te komen en hebben lef. We bieden een volledig gamma van kleine stadswagen tot luxe auto's en alle types bedrijfswagens voor allerlei soorten gebruik.'

Onze naam is uw garantie

Over de merkengrenzen heen stelt Ruesink één prioriteit: de klantgerichtheid en tevredenheid. Het motto van Ruesink is niet voor niets 'onze naam is uw garantie'. 'Wat de klant ook vraagt, welk probleem hij ook heeft, wij maken het in orde', zegt Bert Ruesink overtuigend. 'Elke opdracht behandelen we met zorg. Een persoonlijke benadering en betrouwbaar en vakkundig onderhoud zijn de basis. Daarnaast bieden we een snelle, oplossende heldere dienstverlening en maken we beloftes waar. Klanten kunnen ons erop aanspreken als ze niet tevreden zijn. Ze vinden bij ons een goede prijs-/



kwaliteitverhouding. Ook zijn we officieel reparateur voor de Fiat Professional. Bedrijven kunnen voor reparatie, onderhoud en garantiewerkzaamheden bij ons terecht. Onze werkwijze heeft erin geresulteerd dat we met veel klanten en leveranciers een lange relatie hebben.'

Het merk DS

In eerste instantie voegde Ruesink het merk Fiat toe in de bestaande vestiging dat al sinds 1988 naar volle tevredenheid gehuurd wordt, maar het pand werd al snel te klein met deze uitbreiding. Het marktaandeel voor Citroën bleef ook tijdens de crisisjaren gehandhaafd en de verkoop van Fiat liep voortvarend. De directie besloot op zoek te gaan naar een mooie locatie voor nieuwbouw en nu is het zover. Half september is de bouw van het nieuwe bedrijfspand aan de Vlijtstraat 29 van start gegaan. In de nieuwe showroom op een kavel van circa 5.000 m2 op bedrijvenpark Verheulswede start Ruesink een eigen belevingswereld voor de merken Citroën, Fiat en DS, dat als een apart merk in de markt wordt gezet. 'DS is sinds 2010 een luxe premiumlijn die extra aandacht geeft aan personaliseringsmogelijkheden. Het is een merk met hoogwaardige materialen, exclusief design en kenmerkend vakmanschap. De DS 3 werd als eerste geïntroduceerd, waarna de DS 4 en DS 5 volgden. Waar Citroën zich meer richt op klanten die kiezen voor comfort, down to earth auto's en praktisch design, speelt DS in op een klantengroep die bewust kiest voor sportief rijden in combinatie met luxe en zelfexpressie. Het merk is wereldwijd erg populair. DS wil uitgroeien en met zes modellen komen. Wij zijn één van de eerste dealers die met een aparte DS-Salon komen. De merkbeleving kunnen klanten ervaren in onze nieuwe showroom.'

Nieuwe showroom

Bij de uitbreiding van het aanbod gaat Ruesink in de nieuwe showroom doordacht te werk. De nieuwe showroom wordt in moderne stijl gebouwd en krijgt drie ingangen; één voor de Citroën, één voor de Fiat en één voor de DS. 'Op deze manier kunnen de merken los van elkaar staan en werken. Ze hebben immers elk een eigen uitstraling. Mensen kunnen ook op de nieuwe locatie bij ons terecht voor zowel de aankoop van een nieuwe wagen als voor het onderhoud en/of de eventuele reparaties.' Het nieuwe pand op een 3-hoekskavel kenmerkt zich door de moderne uitstraling en ronde hoeken. Gezien de innovatieve en doordachte ontwikkeling van de nieuwe modellen van de merken kijkt Ruesink vol vertrouwen naar de toekomst. 'We streven ernaar in maart 2016 de deuren te openen van ons nieuwe pand en zijn er trots op dat we alle modellen van de drie merken in onze nieuwe showroom kunnen voorstellen. Zo kunnen we bezoekers en klanten straks een unieke ervaring bieden.'

www.ruesink.nl

RUESINK

Relaties gaan wij aan voor langere duur
Uitleg schept duidelijkheid en vertrouwen
Eerlijk duurt het langst
Service spreekt voor zich
Innovatie houdt ons verrassend
Nakomen van afspraken, daar begint het mee
Kwaliteit leveren door kennis te behouden
RUESINK onze naam is uw garantie



Tekst: Jessica Schutten Fotografie: Multi Ratio



In de grote showroom van het nieuwe pand van Multi Ratio vinden bezoekers een uitgebreid assortiment design, ergonomische en hergebruikte meubelen.

Passie is de succesfactor voor Multi Ratio B.V.

‘We zetten net dat stapje extra’

MET GROTE PASSIE EN EEN HELE HOGE SERVICE RICHTEN DE MEDEWERKERS VAN MULTI RATIO B.V. AL JARENLANG DIVERSE KANTOOR-, VERGADER- EN ONTVANGSTRUIMTES, KANTINES EN MAGAZIJNEN IN. HET BEDRIJF IS ONLANGS VERHUISD NAAR EEN GROTER EN FUNCTIONELER PAND. BEZOEKERS KUNNEN HUN INSPIRATIE OPDOEN IN DE SHOWROOM VAN 2.500 M2 DIE IS INGERICHT MET DIVERSE OPSTELLINGEN IN DE LAATSTE TRENDS ÉN MET MEUBILAIR VOOR HERGEBRUIK.

Of het nu gaat om een enkele bureaustoel of om een complete inrichting van een kantoor, Multi Ratio staat voor iedereen klaar. In de nieuwe showroom aan de Plakhorstweg 46 in Doetinchem speelt het bedrijf in op beleving. Van exclusief design tot ergonomische en hergebruikte meubels. En alles kan aansluiten bij de kleuren van het bedrijf. Waar andere bedrijven de voorraad de afgelopen jaren kleiner maakten, ging Multi Ratio tegen de stroom in en vergrootte de voorraad. Een verhuizing naar een groter pand in juli dit jaar was het gevolg. Daarmee speelt het bedrijf in op de wens van de klant, die steeds sneller alles wil ontvangen. ‘Bezoekers komen vandaag kijken en willen soms de volgende dag al geleverd hebben’, vertelt eigenaar Menno Koch. ‘Daar moeten we op inspelen met een grote diversiteit aan producten op voorraad, hele duidelijke afspraken met onze leveranciers en een hoge service. We hebben een eigen transport- en

montagedienst en doen alles zelf waardoor we korte lijnen hebben. We streven ernaar de beste te zijn. Dat doen we door een goede prijs te hanteren, afspraken na te komen en snel te leveren.’ Menno benadrukt dat hij dat niet alleen kan en is trots op ‘zijn’ mensen: ‘Het succes van ons bedrijf wordt bepaald door de tevredenheid van onze klanten. En dat weten de medewerkers. Ze verstaan hun vak, zijn enorm betrokken en weten van aanpakken. Die passie zetten ze dagelijks in en dat merken klanten.’

Uitgebreide service

Multi Ratio werkt landelijk en opereert voor bedrijven en instellingen. De medewerkers hebben veel ervaring met de inrichting van kantoorruimtes en magazijnen en weten precies wat de mogelijkheden zijn. Menno: ‘We geven optimale adviezen ten aanzien van de inrichting en werkplekken en richten regelmatig grote kantoren en/of magazijnen in.

Daarbij voeren we ook overtollig meubilair af. Het meubilair dat waardevol en van hoge kwaliteit is, verkopen we weer waarvoor de klant een vergoeding krijgt.’ Service is voor het bedrijf erg belangrijk. Volgens Menno zeggen veel bedrijven dat ze een hoge service bieden, maar in de praktijk blijkt vaak dat ze de afspraken niet nakomen of dat een klant zich moet aanpassen aan de levertijd. ‘We bieden een goede prijs en eigentijdse producten, maar ook snelheid en het nakomen van afspraken. En dat zie je niet veel meer. Zo gaat het proces tussen het bestellen en leveren van de opdracht heel snel. Heeft de klant vandaag een gesprek of bezoekt hij de showroom dat zit er vanmiddag een offerte in de mailbox met uitgebreide toelichting. Bij ons is het ook geen enkel probleem een bureaustoel eerst uit te proberen. De klant krijgt er bovendien gratis zitadvies bij. Als een klant een product wenst in een stof die we op dat moment niet hebben dan plaatsen we tijdelijk leenmeubilair. Wanneer het gewenste product leverbaar is, ruilen we om. Zo lossen we ook problemen op die we ter plekke tegenkomen. Voor ons is niets een probleem.’

Online service

Het eerste contact met klanten van Multi Ratio gebeurt grotendeels via de website. Nieuw en gebruikt meubilair, maar ook kantoorbenodigdheden en kluisen zijn gemakkelijk online te bestellen. Ook in de webshop krijgt de klant uitgebreide informatie van de producten. ‘De webshop is overzichtelijk en compleet en heeft een zeer goede zoekmachine. Onze mensen zijn dagelijks bezig de producten te actualiseren.



Naast een uitgebreide beschrijving van de producten worden de voorraad en bijpassende artikelen vermeld. En dankzij onze stoffeerderij in eigen beheer is het mogelijk om nieuwe of hergebruikte artikelen te laten stofferen in de kleur die de klant wenst. Want ook online denken we graag proactief met klanten mee en geven we een passend advies!

www.multipratio.nl



NLG: de nieuwe naam van Cone

IN JUNI 2015 HEEFT JOHN TEUNISSEN ZIJN VERTREK BIJ CONE BEKEND GEMAAKT EN IS HET BEDRIJF OVERGEDRAGEN AAN NOËL TEUNISSEN EN LÉON DU PLESSIS. MET HET AANTREDEN VAN DEZE NIEUWE DIRECTIE WORDT EEN AMBITIEUZE KOERS INGESLAGEN MET HET BEDRIJF, EN DAAR HOORT EEN ANDERE NAAM BIJ: NLG.



NLG staat voor Nederlandse Leisure Groep en telt 17 vestigingen, waaronder Wellness Center de Bronsbergen (Zutphen), Zwem Center de Brink (Zelhem), Zwem Center 't Spilbroek (Neede) en meer. 'Van inspanning tot ontspanning, bij ons kan de bezoeker/lid terecht voor het hele totaalpakket', aldus Teunissen en du Plessis.

De filosofie die NLG heeft en bij alle vestigingen zal worden uitgerold, is dat een bezoeker het totale pakket van zwem, fitness en sauna/wellness aangeboden moet worden voor een

zeer aantrekkelijke all-in prijs. De meeste vestigingen bieden deze unieke all-in structuur reeds. In de loop van 2015 wordt in de vestigingen in Neede en Aalten geïnvesteerd zodat ook daar verder invulling gegeven wordt aan het all-in concept.

Samen met de nieuwe naam NLG staat vanaf vandaag ook de nieuwe website en het nieuwe logo online. Kijk voor meer informatie op:

www.nlgroep.nl

Seesing personeel nieuwe hoofd- en naamssponsor Orion volleybal

LICHTENVOORDE – 30 JULI 2015 – MET TROTS PRESENTEERT ORION VOLLEYBAL DOETINCHEM HAAR NIEUWE HOOFDSPONSOR SEESING PERSONEEL; EEN ZEER ERVAREN EN TOONAANGEVEND BUREAU VOOR UITZENDEN, WERVING & SELECTIE EN DETACHERING.

Vanaf het nieuwe volleybalseizoen draagt deze ambitieuze club de naam 'Seesing Personeel | Orion' en prijkt het logo van de Achterhoekse uitzendorganisatie op het shirt van Heren 1 en op dat van de ruim 600 spelende leden. Op 5 september a.s. maken de leden in de Topsporthal Achterhoek kennis met de nieuwe hoofdsponsor en krijgen ze allemaal het nieuwe tenue uitgereikt.

Na het zien van de presentatie waren Dennis Seesing en zijn team overtuigd van de toegevoegde waarde die beide partijen elkaar kunnen bieden. Dennis licht toe: "Veel mensen kennen ons van de sportsponsoring in het voetbal en daar lag tot dusver ook onze prioriteit. Echter, tijden veranderen; waar wij voorheen veelal mannen aan het werk hadden in functies van LBO tot MBO-niveau, wordt tegenwoordig het aandeel vrouwen en hoger opgeleiden steeds groter. De groep Achterhoekse opdrachtgevers groeit wekelijks en de aanvragen worden steeds uiteenloper. Wij moeten daarom ook een groter publiek bereiken om al deze aanvragen in te kunnen vullen. Hiervoor hebben wij een grote reclamecampagne opgestart die zich vooral richt op Doetinchem en omstreken. Het hoofdsponsorschap van Orion past hier uitstekend in." Ook het bestuur van de Stichting

Orion Topvolleybal, waar het eredivisieteam onder valt, is erg content met de nieuwe hoofdsponsor. De voorzitter van de club, Emile te Dorsthorst, is eveneens overtuigd van de goede match. "De grondhouding van beide partijen is hetzelfde, de ambities komen overeen, de gedachte over wie we willen zijn is identiek... kortom, de perfecte match! De samenwerking met Seesing Personeel maakt het mede mogelijk dat wij onze ambities, om een toonaangevend team in de eredivisie te worden en te blijven, kunnen blijven nastreven. Een Achterhoekse topbedrijf dat zich committeert aan een Achterhoekse topclub voelt gewoon goed".

Seesing Personeel verbindt haar naam ook aan de vereniging Orion en daar is voorzitter Jeroen van Ree uiterst tevreden mee. "Door de naamkoppeling van de Stichting en de Vereniging laten we zien dat we Eén Orion zijn. We hebben hierover onderling hele mooie en goede afspraken gemaakt die alle partijen zullen versterken. Seesing Personeel stapt wel op een heel mooi moment in, zeker nu we ook de licentie voor Top Divisie voor Dames 1 aanvragen, wat voor nog meer exposure zorgt. Kortom, Seesing Personeel | Orion komt nog meer op de volleybalkaart."

www.orionvolleybal.nl



Kerstpakketten 2015



Peter Weijl - Divisie Manager

om zelf hun eindejaarsgeschenk uit te zoeken op een gepersonaliseerde webshop. Om dit mogelijk te maken zijn wij inmiddels alweer voor het vierde jaar dealer van 'Mijn Eigen Kadootje'. Met Mijn Eigen Kadootje hebben we een partner gevonden die, net als ons, graag een stapje verder gaat om de klant iets bijzonders te bieden.

Een ander punt waar dit jaar onze aandacht ligt is de invoering van de nieuwe werkkostenregeling. Waar vroeger nog de eerste € 70,- inclusief BTW onbelast was, is de vrije ruimte vanaf dit jaar afhankelijk van o.a. de totale fiscale loonsom, andere uitgaven voor uw personeel en de gebruikelijke uitgaven in de branche. Samen met onze fiscale partners hebben we voor u uitgezocht hoe deze werkkostenregeling in elkaar zit en hoe we deze bij de aanschaf van kerstpakketten moeten toepassen. Een uitgebreidere uitleg met voorbeelden kunt u vinden op onze website: www.twkerstpakket.nl/wkr. Daarnaast zullen we u bij uw bezoek aan onze showroom adviseren en gezamenlijk uitzoeken hoe de werkkostenregeling voor u het voordeligst uit kan pakken.

Al met al staat er weer een leuke tijd voor de deur. Graag ontvangen wij u dan ook bij ons in de showroom om de mogelijkheden te bespreken en gezamenlijk te bekijken hoe we uw personeel van een passend en origineel kerstpakket kunnen voorzien.



Gerard Beijer - Eigenaar/directeur Terborgse Wijncentrale B.V.

Een andere trend waar we dit jaar verder mee aan de slag zijn gegaan is het customizen van artikelen. Denk hierbij niet alleen aan gepersonaliseerde verpakkingen, maar ook aan bijvoorbeeld een gepersonaliseerd bordspel. We geloven dat we de klant hiermee iets écht bijzonders kunnen bieden. Dit rijmt volledig met onze filosofie: ons uiterste best doen om de klant te ontzorgen en om bijzondere wensen van de klant tot werkelijkheid te maken.

Naast het kerstpakket is ook het eigenkeuzeconcept al jaren in opkomst. Hierbij krijgen de werknemers de mogelijkheid

TWCKERST PAKKET.NL

Rabobank en Betaald Voetbal De Graafschap hernieuwen sponsorcontract

DE RABOBANKEN GRAAFSCHAP-ZUID EN GRAAFSCHAP-MIDDEN HEBBEN ZICH VOOR AANKOMEND SEIZOEN WEDEROM VERBONDEN ALS OFFICIAL PARTNER VAN BETAALD VOETBAL DE GRAAFSCHAP. OP DONDERDAG 30 JULI IS DE SAMENWERKING OPNIEUW BEKRACHTIGD TOEN BEIDE PARTIJEN HET SPONSORCONTRACT VOOR SEIZOEN 2015-2016 TEKENDEN.

De financieel dienstverlener is al jarenlang trouw sponsor van De Graafschap. Hans Veldhorst, algemeen bestuurder bij Betaald Voetbal De Graafschap: Mededankzij "Het Official Partnerschap" van Rabobank Graafschap kunnen wij onze sportieve en maatschappelijke doelstellingen realiseren. Daarnaast ben ik er trots op dat we dit seizoen onze businessclubleden op de tweede etage mogen verwelkomen in de Rabobank Lounge, die eveneens door de Rabobank wordt gesponsord. Petra Teunis, directievoorzitter Rabobank Graafschap-Midden vult aan: "De Graafschap leent zich uitstekend om contacten met onze relaties aan te halen en te versterken. Het is een regionaal platform waar ontmoeten, verbinden, kennis delen en inspireren centraal staan zowel op sportief, maatschappelijk als op zakelijk vlak. Daar zijn wij graag Official Partner van."

Hans Veldhorst; "Rabobank ondersteunt ook actief het maatschappelijke project De Graafschap Helpt Scoren. De sponsoring beperkt zich dus zeker niet alleen tot het sportieve vlak. Ook op maatschappelijk terrein draagt zij haar steentje bij."

Twee banken worden samen één. Rabobanken Graafschap-Midden en Graafschap-Zuid gaan samen verder als Rabobank Graafschap. Op 1 oktober 2015 is de samenbundeling een feit. Als coöperatieve bank participeren we blijvend in de gezamenlijke, maatschappelijke omgeving en duurzame initiatieven gericht op het versterken van de lokale en regionale economie en samenleving.



De Werkstraf Werkt

DE GROENMAKERS SPORT EN GROEN BV EN RECLASSERING OOST NEDERLAND TEKENEN SAMENWERKINGS-OVEREENKOMST VOOR ONDERHOUD PARKMANAGEMENT VAN DE IG&D IN DOETINCHEM.



Op woensdag 29 juni om 16.00 uur tekenden De Groenmakers Sport en Groen het samenwerkingscontract met Reclassering Oost Nederland voor het gezamenlijk onderhouden van drie bedrijfsterreinen in Doetinchem. De Groenmakers Sport en Groen BV voert het groenonderhoud openbare ruimte uit op de bedrijfsterreinen Verheulswede, De Huet en Keppelseweg. Dit doen ze samen met Reclassering Oost Nederland. Doel van deze samenwerking is het invullen van de Social Return en de mvo-gedachte voor de ondernemers op deze bedrijfsterreinen. Het contract heeft een duur van vijf jaar. Parkmanagement is een samenwerking tussen overheid en ondernemers met als doel de kwaliteit van een bedrijvenpark te behouden of verbeteren en de onderlinge contacten tussen de ondernemers te stimuleren. In de gemeente Doetinchem zijn parkmanagementorganisaties actief op bedrijventerrein Keppelseweg, Verheulswede, De Huet. In de commissie Parkmanagement vindt afstemming van de zelfstandige parkmanagementorganisaties plaats.

De Groenmakers

De Groenmakers Sport en Groen is een middelgrote, regionale, sociale onderneming die in 2012 ontstaan is uit de gemechaniseerde onderhoudsploeg van Wedo. Het vakkundige team is gespecialiseerd in groenonderhoud van zowel grote als kleine buitenruimtes en sportaccommodaties. "Bij De Groenmakers bewijzen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt dat zij met hun beperking, maar vooral met hun mogelijkheden meer in hun mars hebben dat ze misschien zelf ooit gedacht hadden", zegt algemeen directeur Jan van Ulst.

Reclassering Nederland

Reclassering Nederland zet zich in voor een goede ondersteuning van grote en kleine gemeenten. Bijvoorbeeld om daders te motiveren op een positieve manier deel te nemen aan de samenleving. De organisatie begeleidt ook werkgestraffen in uw gemeente. Zo wordt samen gewerkt aan een veiliger samenleving.

De weg terug naar de samenleving

Reclassering Nederland begeleidt verdachten en veroordeelden vanaf hun arrestatie tot en met hun volledige invrijheidstelling. Dat doet de organisatie door risico's in te schatten, oplossingen aan te reiken en in te grijpen. Er wordt gewerkt met uitgekende methodes en trainingen, scherpe diagnoses en er wordt toezicht gehouden.

De werkstraf werkt!

Reclassering Nederland is verantwoordelijk voor de uitvoering van werkstraffen. De werkstraf is bedoeld om daders te laten 'leren en terugbetalen aan de maatschappij'. Maar dat kan niet zonder de vertegenwoordigers van de maatschappij!

www.de-groenmakers.nl

Veilig investeren in een recreatiewoning van 'De Wrange'



Foto: Stan Bouman

BELEGGEN IN EEN RECREATIEWONING OP EEN TOPLOCATIE? KOOP OF HUUR UW WONING OP RECREATIEPARK 'DE WRANGE' IN DOETINCHEM EN ONTVANG EEN GEGARANDEERD RENDEMENT VAN 8%. HET LEVERT U NIET ALLEEN VEEL OP, HET HEEFT OOK DIVERSE FISCALE VOORDELEN. EEN PRIMA INVESTERING DICHTBIJ HUIS!

De recreatiewoningen op 'de Wrange' in Doetinchem zijn van alle gemakken voorzien en bieden veel comfort om uw verblijf zo aangenaam en ontspannen mogelijk te maken. Met een interessant rendement kunt u naast volledig eigen gebruik de woning verhuren of een combinatie van beide. U verhuurt uw recreatiewoning via een professionele verhuurmaatschappij, die de woning direct terughuurt voor een vaste looptijd en een vast bedrag. Het verhuurrisico ligt bij de verhuurmaatschappij en niet bij u. Zo bent u verzekerd van een goede investering en ontvangt u een vast rendement. De garantiestellers kunnen u een rendement van minimaal 8% netto garanderen uit huurinkomsten. De kans is groot dat het rendement op uw investering nog groter wordt omdat uw vakantiehuis de komende jaren in waarde stijgt. Investerings zijn mogelijk vanaf € 42.000,00 t/m € 150.000,00.

Uw voordelen:

- Beheer en verhuur is in vertrouwde handen van Recreatiepark 'De Wrange'
- Een interessant rendement en een beperkt risico
- Variabel verhuur mogelijk, combinatie eigen gebruik en verhuur (bij geheel verhuur btw-teruggave over koopsom mogelijk)
- Recreatiepark 'de Wrange' neemt de benodigde papierwinkel uit handen en draagt zorg voor de gehele afwikkeling
- Huurinkomsten onbelast
- Gehele of gedeeltelijke belastingteruggaaf van de in rekening gebrachte 21% btw van het investeringsbedrag
- Onder voorwaarden is de kleine ondernemersregeling van toepassing (dit kan per jaar een voordeel opleveren van

€ 1.345,-)

- Geen inkomstenbelasting over de behaalde vermogenswinst bij verkoop

Waarom 'de Wrange?'

Recreëren op Recreatiepark 'De Wrange' staat garant voor optimaal genieten in elk jaargetijde. Het park is gelegen in het mooie coulisselandschap van de Achterhoek, midden in de bossen en grenzend aan het beschermde natuurgebied 'de Koekendaal'. De bereikbaarheid is gunstig, dichtbij de autosnelweg A18. Plaatsen als Doetinchem en Arnhem liggen op korte afstand. Op Recreatiepark 'de Wrange' hoeft niemand zich te vervelen. Het park biedt uitstekende faciliteiten zoals een modern, nieuw verwarmd sanitairgebouw, een verwarmd openluchtzwembad met apart kleuterbad, ruime speeltuin, midgetgolf- en jeu de boulesbaan, parkwinkel, recreatiezaal en een gezellige brasserie en cafetaria met terras. In het hoogseizoen organiseert het recreatieteam een divers programma. Naast de recreatiewoningen biedt 'de Wrange' jaar- en seizoenplaatsen, toeristisch kamperen en bungalowverhuur aan.

Contact

Wilt u meer weten over beleggen in een recreatiewoning van Recreatiepark 'de Wrange' in Doetinchem? Neem dan contact met ons op: Bel: 0314 324 852 of stuur een e-mail naar info@dewrange.nl. Voor meer info:

www.dewrange.nl



RECREATIEPARK ★★★★★
DE WRANGE B.V.
WWW.DEWRANGE.NL

NetwerkBIZ

Terugblik NetwerkBIZ bij Van Egmond Group

VAN EGMOND GROEP IN DOETINCHEM WAS GASTHEER VAN DE NETWERKBIZ-BIJEENKOMST VAN 25 JUNI JL. RUIM 120 ONDERNEMERS KREGEN EEN RONDLEIDING IN HET NIEUWE PAND VAN DE ELEKTROGROOTHANDEL EN ONDERGINGEN DE LECTURE SHOW VAN GEORGE PARKER.

Ed Smit van Buro Achterhoek was organisator van de avond en heette alle aanwezigen welkom. Hierna was het woord aan Casper Gerritsen, directeur van Van Egmond Groep. Hij nam de aanwezigen mee in de ontwikkeling van het bedrijf dat dit jaar zijn 75-jarig jubileum heeft. Aan het eind van de avond was er gelegenheid het nieuwe pand te bezichtigen en gebruik te maken van een rondleiding.

Netwerken

Na afloop van de presentaties was er volop gelegenheid te netwerken onder het genot van een hapje en een drankje. Het Tolhuis uit Zeddam had zijn beste beentje voorgezet. Smit: "Alles was tot in de puntjes verzorgd. Ik ben er bijzonder trots op dat we te gast mochten zijn bij Van Egmond Groep. De volgende NetwerkBIZ-bijeenkomst is ook al gepland. Deze vindt plaats op 24 september bij Virupa Solutions in Aalten."

Ed Smit



Fotografie: Carlo Stevering

De volgende NetwerkBIZ:

De eindejaarsbijeenkomst houden we op 17 december in Arsenaal 1309 te Doesburg. De aanvangstijd is om 17.00 uur. Deze avond wordt mogelijk gemaakt door ING Bank Doetinchem.

