



FC UTRECHT

BUSINESS MAGAZINE

SEIZOEN 2024/2025 - DECEMBER 2024



Conclusion

'Wij zijn niet alleen de
Hoofdsponsor, maar ook trotse
supporter en fan'

NieuweStroom:

'Wij zien ons Partnership als
een goede investering om onze
ambitie waar te maken'

Birdie Events:

'We komen hier voor het voetbal, de
gezelligheid en het netwerk'

HOOFDSPONSOR

CONCLUSION

OFFICIAL PARTNERS



UNIBET



DASSY
workwear



PonCenter



LG VASTGOED

RENTALS | EXPAT RELOCATION | PROPERTY MANAGEMENT



Wij zijn LG Vastgoed

De exclusieve makelaarsboutique gelegen nabij het Wilhelminapark en actief in de steden Utrecht, Amsterdam en Haarlem. Wat ooit begon als een passie voor wonen is uitgegroeid tot een toegewijd team van vastgoedexperts, die dagelijks bezig zijn met verhuur, relocation en vastgoedbeheer. Wij ondersteunen zowel verhuurders als huurders en werken nauw samen met gerenommeerde bedrijven om hun medewerkers te helpen een passende woning te vinden, waaronder FC Utrecht.

Of het nu gaat om het beheren van een vastgoedportefeuille of het vinden van die ene unieke woning – persoonlijke aandacht staat bij ons voorop. Persoonlijke aandacht is voor ons niet slechts een begrip, maar de belangrijkste kernwaarde van LG Vastgoed. Die aandacht maakt het verschil, zeker in een woningmarkt zoals deze.

We wensen u een voorspoedig en sfeervol 2025 en u bent van harte welkom bij ons op kantoor gelegen aan de Frederik Hendrikstraat 146 in Utrecht.

LG Vastgoed | Frederik Hendrikstraat 146 | 3583 VS Utrecht
030-8907070 | info@lgvastgoed.nl | www.lgvastgoed.nl



Het **FC Utrecht Business Magazine** is een uitgave van FC Utrecht i.s.m. Hattrick media BV.

OPGERICHT

1 juli 1970 (als fusie tussen DOS, Elinkwijk en Velox)

ERELIJST

Nationale beker: 1985, 2003, 2004
Super Cup (Johan Cruijff Schaal): 2004

POSTADRES

Postbus 85159
3508 AD Utrecht

BEZOEKADRES

Herculesplein 241
3584 AA Utrecht

STADION

Stadion Galgenwaard
Telefoon 030 - 888 55 00

Internetadres www.fc utrecht.nl
E-mail info@fc utrecht.nl

PRINTMEDIA PARTNER

Hattrick media BV
Koldingweg 20
9471 HK Groningen
050 - 317 17 01
info@hattrickmedia.nl

REDACTIE

Dick Teunen
Vivian van Bruggen

EINDREDACTIE

Marc Visser

FOTOGRAFIE

Jeffrey Hurenkamp
Kevin Verkruijssen
Zinzi van Duijnhoven
Shady Abdalla

UITGEVER

Hattrick media BV
Koldingweg 20
9471 HK Groningen
050 - 317 17 01
info@hattrickmedia.nl

DRUKWERK

WS Media Groep
Industrieweg 1
4181 CA Waardenburg
0418 - 540 333
www.wsmediagroep.nl



VANUIT HET HART



12



37



27



53



57

IN DIT MAGAZINE...

- 5 Voorwoord
- 7 - 11 Seizoenstart 2024/2025
- 12 - 19 Hoofdsponsor Conclusion
- 21 Even voorstellen
- 22 - 23 Verhalen vanuit het Hart
- 24 - 25 Birdie Events
- 27 - 33 11 vragen aan...
- 35 Halve seizoenkaart
- 37 - 39 NieuweStroom
- 41 - 45 Terugblik Events
- 47 Eventkalender
- 49 - 51 FC Utrecht Werkt
- 53 - 55 GASSAN Diamonds
- 57 - 59 Mark van der Maarel

DE JUISTE BRANDSTOF VOOR UUUUU

VAN  ZESSEN

B R A N D S T O F F E N H A N D E L

Driemolensweg 2, 4128 LS Lexmond, Tel. 0347 - 342 110
www.brandstoffenhandelvanzessen.nl
24 uur per dag / 7 dagen per week

Shop geopend:

Ma t/m vr 06:00 - 19:00 | Zaterdag 07:00 - 17:00 | Zondag 10:00 - 17:00



POSITIEF HET JAAR UIT EN IN!

Wat kan voetbal toch mooi zijn als je aan de goede kant van de score zit en de resultaten geweldig zijn. Op het moment van schrijven van dit voorwoord is niet bekend hoe we sportief het jaar uitgaan, maar is wel duidelijk dat de tussenbalans geweldig is: het eerste elftal staat tweede, de vrouwenploeg bezet de derde plek. Hopelijk levert de decembermaand ook nog mooie resultaten op voor de teams van Ron Jans en Linda Helbling, die allebei hun aflopende overeenkomsten bij de FC hebben verlengd.

De goede resultaten hebben geleid tot nog vollere tribunes en ook zakelijk gezien zijn we nog steeds aan het groeien. Met Conclusion hebben we een geweldige hoofdsponsor waar we nog veel plannen mee hebben en ook is Nieuwe Stroom als nieuwe partner binnenboord. De skyboxen zijn uitverkocht en ook Wed en Waard, Executive Lounge, Sky- en Themaboxen puilen met grote regelmaat uit. We zijn echter niet structureel uitverkocht op hospitalitygebied en ook qua exposure en partnerships zijn er nog mogelijkheden. Trek bij mij of één van mijn collega's aan de bel om meer te weten te komen over de mogelijkheden.

We hebben naast een leuke herfstborrel voor potentiële businessleden ook de actie 'Jouw baas kan de rug op' opgezet waarbij het logo van een ambitieus Utrechts bedrijf bij een wedstrijd letterlijk 'op de rug' van het eerste elftal stond. Uit

de vele aanmeldingen zijn ook weer nieuwe relaties toegetreden. Aan het einde van het jaar starten we ook onze halve seizoenactie en met onder andere AZ en Ajax die op bezoek komen hopen we op nieuwe aanwinsten bij FC Utrecht Business.

Veel plezier met het lezen van dit FC Utrecht Business Magazine. Het geeft weer extra inzicht in waarom bedrijven en ondernemers zich met FC Utrecht verbonden voelen. Naast de gezellige wedstrijdbeleving met paar keer per jaar een thema, leuke en sportieve business events, een groeiend en interessant netwerk is er ook zeker plek voor maatschappelijke verbondenheid. Trouwe, betrokken partners als Douwe Egberts, DHL, IT4kids en a.s.r. verbinden zich graag aan onze maatschappelijke initiatieven. Daarnaast hebben onze FIT-campagnes ook altijd weer impact op supporters die zich in wijk, stad en regio Utrecht bevinden.

Ons team is ook inmiddels op volle sterkte en alle afdelingen staan klaar om er een geweldige tweede seizoenshelft van te maken. Het zou geweldig zijn als we aan het einde van het seizoen met elkaar een feestje mogen vieren! Over feest gesproken: ook het FC Utrecht Foundation GALA komt eraan. Dat wil je toch niet missen!?

Joost Broerse

Meesterlijk in vastgoed(huur)incasso

Sinds 1976 zijn wij specialist
in vastgoedincasso



**Groot
& Evers**

Gerechtsdeurwaarders
en Incassobureau

Info@groot-evers.nl

www.groot-evers.nl

Amsterdam - T 020 40 80 453

Rotterdam - T 010 75 36 070

Utrecht - T 030 25 13 814

SDU

SELIM DIENSTVERLENING UTRECHT

EEN START VOOR IN DE RECORDBOEKEN

FC Utrecht's eerste elftal speelt record na record uit de boeken in de openingsfase van seizoen 2024/2025. Ook FC Utrecht Vrouwen schiet uit de startblokken, terwijl Jong FC Utrecht zich veerkrachtig toont. Een rondje langs de velden.



Om precies te zijn op 15 februari, terwijl in de etalages in de stad de valentijnsdecoraties worden opgeborgen, komt FC Utrecht naar buiten met nieuws. 'Eerste aanwinst voor 2024/2025: Alonzo Engwanda', kopt de website van de club.

De aankondiging van de talentvolle middenvelder blijkt de eerste uit een flinke reeks. FC Utrecht gaat, zoveel is duidelijk als de transfermarkt de nodige maanden later sluit, stevig versterkt van start in het nieuwe seizoen.

Maakt de Belgische jeugdinternational Engwanda vanuit RSC Anderlecht de overstap naar de Utrechtse FC, zijn landgenoten Siebe Horemans en Matisse Didden komen over van Nederlandse ploegen; respectievelijk Excelsior en Roda JC Kerkrade.

In België doet FC Utrecht zaken met Standard Luik, waarvan de Utrechters Noah Ohio overnemen. Een andere spits, David

Min, wordt gekocht van RKC Waalwijk. Kolbeinn Finnsson, een international van IJsland, zet vanuit het Deense Lyngby BK de stap naar FC Utrecht, dat Ryan Flamingo koopt van het Italiaanse US Sassuolo om hem vervolgens aan PSV te verkopen: een lucratieve deal voor de Domstedelingen, die keepers Tom de Graaff (Jong Ajax) en Michael Brouwer (Heracles Almelo) bovendien verwelkomen. In Duitsland sluit FC Utrecht twee akkoorden: van Eintracht Frankfurt wordt de Amerikaan Paxten Aaronson gehuurd, van Borussia Mönchengladbach komt de Deen Oscar Fraulo opnieuw op huurbasis over – met optie tot koop, overigens. Ook in Spanje worden handen geschud: Miguel Rodríguez komt over van Celta de Vigo. Hij wordt gehuurd met een optie tot koop, net als Yoann Cathline die FC Lorient verhuurt voor de FC uit de Domstad.

Gezonde concurrentiestrijd

En zo slaagt Technisch Directeur Jordy Zuidam, die vanuit de beloftekern verdediger Joshua Mukeh, middenvelder Silas

EVERY PEPSI WINS*



GRATIS EA SPORTS
FC™ 25 IN GAME
REWARDS*

PEPSI VANITY
ITEMS



400
SEASON POINTS



*Alleen geldig op 0,5L, 1L en 1,5L Pepsi Zero Sugar actie flessen. Scan de QR-code, vul je gegevens en unieke code in (zie binnenkant van de dop) om in-game rewards binnen EA SPORTS FC 25 (Provisional PEGI 3) te activeren en mee te doen aan prijstrekkingen. 18+, 16/10/24 - 29/12/24. Zie www.europe.pepsifc25.com voor info & voorwaarden. Organisator: PepsiCo Nederland B.V.





Andersen en aanvaller Adrian Blake bovendien doorschuift naar de A-ploeg, erin een selectie samen te stellen die in balans is en de zo gewenste gezonde concurrentiestrijden oplevert op elke positie. Het vertrek van onder anderen Flamingo, Othmane Boussaid (Al-Nasr SC, Verenigde Arabische Emiraten), Isac Lidberg (SV Darmstadt 98, Duitsland), Jeppe Okkels (Preston North End, Engeland), Hidde ter Avest (Oxford United, Engeland) en Sam Lammers (via het Schotse Rangers FC naar FC Twente) is daarmee adequaat opgevangen.

Met het tot zijn beschikking gestelde ‘materiaal’ weet Hoofdtrein Ron Jans wel raad, zo blijkt al snel. In de voorbereiding zijn de resultaten weliswaar lang niet altijd reden tot spontane polonaises, neem bijvoorbeeld de 1-2 nederlaag in Stadion Galgenwaard tegen Venezia FC in de generale repetitie. Maar Jans en consorten weten ook: in die fase van het seizoen gaat het nog niet om de punten.

Pagina 819 in trek

Vanaf 11 augustus gaat het dat wél. En zie daar: vanaf dat moment staat FC Utrecht er. Als een huis. Beter gezegd: als een fort. PEC Zwolle-thuis levert een 1-0 overwinning op en dat blijkt de opmaat naar een historische reeks. FC Utrecht beleeft de beste seizoenstart sinds de club in 1970 is opgericht. Niet alleen wordt in de eerste acht duels van het seizoen niet één keer verloren; bijna al die partijen worden gewonnen. Pagina 819 van NOS Teletekst wint met de week aan populariteit in Utrecht en omstreken. En dat allemaal dankzij deze historische serie:

FC Utrecht	1-0	PEC Zwolle
sc Heerenveen	1-1	FC Utrecht
NAC Breda	1-2	FC Utrecht
FC Utrecht	2-1	FC Twente
FC Utrecht	3-2	Willem II
AZ	1-2	FC Utrecht

FC Utrecht	3-2	RKC Waalwijk
FC Groningen	0-1	FC Utrecht

Wat opvalt, naast het feit dat FC Utrecht in bijna alle wedstrijden aan het langste eind trekt, is het feit dat de Domstedelingen voortdurend winnen met één doelpunt verschil. Dat doet FC Utrecht, het staartje van vorig seizoen meegeteld, in de Eredivisie uiteindelijk tien keer achter elkaar. Dat is niet alleen een clubrecord; dat is nooit eerder voorgekomen in de geschiedenis van de Nederlandse Eredivisie. FC Utrecht is er kennelijk een meester in om steeds precies genoeg doelpunten te scoren.

Vier keer op rij uitverkocht

De toeschouwersaantallen in Stadion Galgenwaard zitten al jaren in de lift, waarbij de goede prestaties van het eerste elftal nu als een soort power-up dienen: FC Utrecht speelt de thuispartijen tegen achtereenvolgens RKC Waalwijk, Feyenoord, Heracles Almelo en PSV in een uitverkocht Stadion Galgenwaard.

In die Utrechtse sporttempel zien eind september 20.861 toeschouwers een nieuwe naam op de rugzijde van de tricots van de plaatselijke FC staan: De Sjouwers. Dat bedrijf wint een actie met de ludieke insteek ‘Jouw baas kan de rug van FC Utrecht op!’. Meer dan 1.500 ondernemingen worden door hun medewerkers aangemeld en maken op die manier kans op het rugsponsorship van FC Utrecht voor één wedstrijd. De Sjouwers, een Utrechtse onderneming, komt als winnaar uit de bus.

De wedstrijd FC Utrecht – Heracles Almelo, op vrijdag 8 november, mag al op voorhand bestempeld worden als een bijzondere: FC Utrecht viert rondom dat duel de onthulling van de Domtoren. De spelers dragen die dag shirts met een speciale badge erop en die tricots gaan na de 1-0 zege op de Heracliden onder de hamer.





FC Utrecht fan met mobiliteitshart Welkom bij Pon Center

Bij Pon Center gaat ons hart sneller kloppen van mobiliteit. Vanuit deze passie maken we er graag een sport van om voor jou de ideale vervoersoplossing te vinden. Of je nu op zoek bent naar een personenauto, bedrijfswagen, leasefiets óf een op maat gemaakt mobiliteitsplan voor jouw onderneming. We zien je graag in een van onze vestigingen in het hart van het land.

Official mobiliteitspartner van FC Utrecht

poncenter.nl

PonCenter

mobiliteit vanuit het hart



Audi



SEAT

SKODA



Bedrijfswagens

VOORTREFFELIJKE START FC UTRECHT VROUWEN

FC Utrecht Vrouwen begint evenals FC Utrecht's eerste elftal voortreffelijk aan het nieuwe seizoen. Het team van Hoofdtrainer Linda Helbling, dat tijdens de zomer wordt versterkt met Femke Bestiaen, Maxime Snellenberg (beiden PSV Vrouwen) en Nikita Tromp (Ajax Vrouwen) wint de eerste vier matches van de jaargang. Het scoren verloopt vlot, de defensie staat als een huis.

Er verbindt zich in het najaar ook een nieuwe mousponsor aan de Utrechtse vrouwenvoetbalploeg: Centrum voor Mentale Kracht. Het doel van die partij is ervoor te zorgen dat iedereen weet wat Mentale Kracht is en manieren kent om die te vergroten wanneer dat nodig is. Middels lezingen, trainingen,

workshops en coaching zowel in-company als in de vorm van open-inschrijvingen wordt geprobeerd dit doel te realiseren. Daarnaast biedt het Centrum voor Mentale Kracht tools aan en wordt er relevante informatie gedeeld over het thema.

Over mentale power gesproken: Ilse van der Zanden, die vanwege blessureleed in 2017 een stapje terug moet doen en de hoogste vrouwenvoetbalcompetitie verruult voor het spelen bij de amateurs, blaast haar carrière sinds medio 2023 bij FC Utrecht Vrouwen nieuw leven in en bereikt op 25 oktober 2024 een misschien wel ultieme mijlpaal: ze wordt international en maakt met de Oranje Leeuwinnen speelminuten in de 15-0 overwinning op Indonesië.



TALENT, POTENTIE EN VEERKRACHT



Jong FC Utrecht, het één na hoogst spelende voetbalteam van de provincie Utrecht, krijgt tijdens de zomerperiode versterking van onder anderen Georgios Charalampoglou (Olympiakos Piraeus, Griekenland), Sofiane Dris (SL Benfica, Portugal) en Noa Dundas (FC Basel, Zwitserland). Bovendien stromen diverse spelers uit de FC Utrecht Academie door naar het team van Hoofdtrainer Ivar van Dinteren, zoals Massien

Ghaddari, Mees Eppink en Tijn den Boggende. Vertrekkers zijn er natuurlijk ook: onder anderen Tobias Augustinus-Jensen (FC Helsingør, Denemarken), Björn Hardley (TSV Hartberg, Oostenrijk) en Joshua Rawlins (Melbourne Victory, Australië) zetten hun loopbaan elders voort.

De Utrechtse talenten sprokkelen punten tegen Helmond Sport, De Graafschap, ADO Den Haag, Telstar en Jong Ajax voordat ze begin november op spectaculaire wijze de eerste

overwinning van het seizoen boeken. Op Sportcomplex Zoudenbalch neemt de beloftenploeg even verdiend als overtuigend de leiding tegen MVV Maastricht (2-0), dat de partij daarna volledig op z'n kop zet: 2-1, 2-2, 2-3. Dat is het moment waarop Jong FC Utrecht laat zien niet alleen over talent en potentie te beschikken, maar ook over veerkracht: Lynden Edhart schiet de 3-3 binnen en in de zesde minuut van de toegevoegde speeltijd maakt Joshua Mukeh de winnende: 4-3.



▼ Visser: "Met partners als FC Utrecht en de FC Utrecht Foundation realiseren we zowel sportieve als maatschappelijke impact."



MEER DAN SPONSORING: CONCLUSION EN FC UTRECHT BUNDELEN KRACHTEN VOOR MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

In juli dit jaar presenteerde FC Utrecht haar nieuwe Hoofdsponsor Conclusion. Als bedrijf dat zich richt op technologische innovatie en maatschappelijke vooruitgang, voelt Conclusion zich nauw verbonden met de visie van FC Utrecht om bij te dragen aan de samenleving en zich in te zetten voor een duurzame toekomst. De samenwerking reikt dan ook veel verder dan alleen het logo op de shirts van het eerste elftal, het vrouwenteam en de beloften. Het bedrijf wil zich actief inzetten voor positieve verandering en hoopt fans en klanten te inspireren.

AUTEUR: VIVIAN VAN BRUGGEN

FOTOGRAFIE: SHADY ABDALLA EN JEFFREY HURENKAMP



▲ Visser: "Deze samenwerking laat zien dat topvoetbal, IT-dienstverlening en maatschappelijke betrokkenheid goed samengaan."

"Al bij het eerste gesprek over een mogelijke sponsoring werd duidelijk dat we veel met elkaar gemeen hebben", vertelt Corianne Visser, director marketing & communication bij Conclusion. "We waren op zoek naar mogelijkheden om ons merk te versterken en de naamsbekendheid te vergroten. Uiteindelijk hebben we dat veel breder getrokken en zijn we nu trotse partner op thema's als innovatie en duurzaamheid. Daarin heeft FC Utrecht voor ons echt het verschil gemaakt. Door de vierjarige verbinding kunnen we samen impact maken op de langere termijn. We voelen ons meer dan alleen een sponsor, we zijn partners die hun ambities en waarden verbinden. Het is extra leuk dat we burens zijn. Dat geeft de samenwerking een aanvullende impuls."

Leiderschap van Ron Jans als inspiratiebron

Het partnership is pas een paar maanden geleden beklonken, maar beide partijen voelen dat de samenwerking al veel langer duurt. Veel plannen en ideeën moeten nog verder uitgewerkt worden, maar het enthousiasme om samen te werken is groot. Ook al lijken de club en het bedrijf in eerste instantie niet op elkaar, toch kunnen ze veel van elkaar leren. "Het gaat dan om universele thema's als leiderschap en bedrijfsvoering. Wij vinden het inspirerend om te horen hoe Ron Jans zijn elftal leidt, en FC Utrecht is geïnteresseerd in hoe wij onze bedrijfsvoering met ruim dertig verschillende bedrijven vormgeven", legt Visser uit.

Sinds de samenwerking is Conclusion ook IT-technologiepartner van de club. Digitale innovaties en technologische ontwikkelingen zijn onderwerpen waar beide partijen over praten. Visser geeft aan: "FC Utrecht heeft net als wij een groeiambitie. Met het uitbreiden van de capaciteit in de hoeken van het stadion ontstaat er ook een wens om te groeien in het aantal supporters. Wij kunnen bijdragen aan innovatieve technologische oplossingen -met onder meer data-analyse, AI-oplossingen en belevingsprojecten voor fans. Maar we denken bijvoorbeeld ook mee hoe we samen de klantreis kunnen optimaliseren, zodat nog meer fans de weg naar het stadion vinden."

Sponsor én trotse supporter bij eerste maatschappelijke initiatieven

Een van de eerste initiatieven waar Conclusion aan meewerkte was Burendag, waarbij een enthousiast team een zorgcentrum

VH VAN HALL ARBEIDSRECHT

oplossingsgericht en betrokken

vanhallarbeidsrecht.nl

 **WS Media Groep**
◆ DESIGN ◆ DRUK ◆ PRINT ◆ SIGN



VORMGEVING
DRUKWERK
PRINTWERK
BANNERS
VLAGGEN
STICKERS/LABELS
LAMINEREN
VETVRIJ PAPIER
AUTOBELETTERING
GEVELRECLAME
RAAMBESTICKERING
KLEDING BEDRUKKEN

WS MEDIA
ONTZORGT

Industrieweg 1 | 4181 CA Waardenburg | T 0418 540 333
info@wsmediagroep.nl | www.wsmediagroep.nl

 **Gebr. Kloens B.V.**
www.kloens.nl

Gebr. Kloens B.V. is een gerenommeerd familiebedrijf dat gespecialiseerd is in grond-, straat- en rioolwerken.

Onze werkzaamheden bestaan uit:

- ✓ **grondwerkzaamheden;**
- ✓ **saneringswerkzaamheden;**
- ✓ **bestratingswerkzaamheden;**
- ✓ **machinale bestratingswerkzaamheden;**
- ✓ **asfalteringswerkzaamheden;**
- ✓ **rioleringswerkzaamheden;**
- ✓ **algehele verkeersafzettingen;**
- ✓ **het leveren een aanbrengen van straatmeubilair;**
- ✓ **grondbank.**



Hoofdkantoor:

📍 Daltonstraat 78
3316 GD Dordrecht
☎ 078 - 618 19 00

Vestiging Krabbepolder:

📍 Pieter Hoebeeweg 32
3316 BT Dordrecht
☎ 078 - 654 98 31

Vestiging Utrecht:

📍 Keulsekade 216,
3534 AC Utrecht
☎ 030 - 291 60 00



voor ouderen bezocht. Bewoners werden verrast met een virtuele rondleiding door het stadion en een FC Utrecht - Conclusion sjaal. Daarnaast hebben we samen een sportdag voor Oekraïense kinderen van de opvanglocatie naast Conclusion en het stadion Galgenwaard georganiseerd en een donatie gedaan aan de plaatselijke Voedselbank. “Met dit initiatief laten FC Utrecht en Conclusion zien dat ze maatschappelijke impact maken. Dat geeft zoveel voldoening, daar doen we het voor,” vertelt Visser enthousiast. Ook de pandprojectie op de Conclusion-toren tijdens de wedstrijd tegen Heracles Almelo is een uiting van betrokkenheid bij de club en supporters. “Wij zijn niet alleen sponsor van de club, maar ook trotse supporter en fan. Dat willen we op deze manier aan iedereen laten zien!”

Talent kansen bieden

Een van de pijlers uit het sponsorschap is mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt helpen aan een baan. Visser licht toe: “FC Utrecht en Conclusion zijn al langer actief op dit vlak. Zo geeft Conclusion in samenwerking met de Hogeschool van Amsterdam statushouders baangarantie na een intensieve taaltraining. Door het delen van ervaringen kunnen Conclusion en FC Utrecht elkaar versterken. Er ligt een goede basis om de komende jaren nieuwe initiatieven te ontwikkelen. Op dit moment werken we de eerste ideeën uit voor activiteiten om kinderen meer te betrekken bij sport en beweging.”

Jong talent een kans bieden past goed binnen de sponsorstrate-

gie, die ook gericht is op het ondersteunen en begeleiden van Jong FC Utrecht, zowel sportief als ook op professioneel vlak. “Zo loopt een van de jongens stage bij ons in het marketingteam en leert hij naast schoolopdrachten ook het professionele zakelijke leven kennen. Deze aanpak biedt jonge sporters een perspectief voor de toekomst, zelfs als ze geen doorbraak maken in het eerste elftal.”

Vrouwenvoetbal net zo belangrijk als mannenvoetbal

Een ander belangrijk onderwerp waar club en bedrijf elkaar vinden is vrouwenparticipatie. Conclusion zet zich actief in voor meer vrouwen in de IT-wereld en FC Utrecht wil de komende jaren het vrouwenvoetbal verder op de kaart zetten. “Wij vinden net als FC Utrecht het vrouwenvoetbal net zo belangrijk als het mannenvoetbal. Zo is het vrouwenelftal bij ons op de borrel geweest en hebben we een leuke band met die meiden opgebouwd. Zij hebben vaak nog een baan naast het voetbal en we gaan kijken of we daar ook iets voor elkaar kunnen betekenen,” geeft Visser aan. Op deze manier draagt Conclusion bij aan de groei van het vrouwenvoetbal. Daarnaast wil het bedrijf actief aanwezig zijn bij wedstrijden van het vrouwenteam, vooral wanneer deze plaatsvinden in het stadion. Dit benadrukt de inclusieve bedrijfscultuur van Conclusion waar diversiteit en gelijke kansen een hoge prioriteit hebben. “Voor ons is dit een belangrijke gelegenheid om vrouwenvoetbal zichtbaarder te maken en meer aandacht te geven aan gendergelijkheid in de sport en IT.”

De Kia EV3.

Nu in de showroom bij Kooijman Autogroep.

KEURMERK
PRIVATE
LEASE



Movement that inspires

Rijklaar vanaf

€ 36.995

Private Lease vanaf

€ 459 p/m

De nieuwe 100% elektrische Kia EV3 met een rijbereik tot 605 km combineert een compact en vooruitstrevend exterieur met een ruimtelijk en innovatief interieur. Vanaf nu te bestellen bij Kooijman Autogroep.



Kooijman Utrecht

Meijewetering 39

Tel: 030 - 26 60 044 | kia-kooijman.nl

KOOIJMAN AUTOGROEP

Persoonlijke aandacht telt

De Kia EV3 met een 58.3 kWh batterij met een rijbereik tot 436km km. De Kia EV3 met een 81.4 kWh batterij met een rijbereik tot 605 km. Het vermelde rijbereik is gemeten volgens WLTP. Genoemde acties en consumentenprijzen zijn geldig bij aankoop of private lease van een nieuwe Kia EV3 met uiterste kentekenaanvraag op 22-12-2024 en uiterste registratie/start van het contract op 31-01-2025. Genoemde prijzen zijn incl. kosten rijklaar maken. De private lease-aanbieding loopt via Kia Autolease en betreft een product gecertificeerd door Stichting Keurmerk Private Lease. Het getoonde private lease tarief is een vanaf tarief gebaseerd op een looptijd van 60 maanden en 5.000 km per jaar en is alleen geldig op voorraadmodellen. Bekijk de volledige actievoorwaarden op kia.com of vraag ernaar bij jouw Kia-dealer. Getoond model kan afwijken van de beschreven uitvoering. Wijzigingen en drukfouten voorbehouden.





Indirect impact maken op de maatschappij

Conclusion hecht veel waarde aan duurzaamheid en de maatschappelijke impact die daarmee gepaard gaat. Het bedrijf kiest ervoor om klanten te bedienen die bijdragen aan een maatschappelijke uitdaging. Visser legt uit: “Zo’n complex vraagstuk kunnen wij als bedrijf natuurlijk niet in ons eentje oplossen, maar we kunnen wel een actieve bijdrage leveren aan die oplossing. We zien het als indirect impact maken op de maatschappij. Hiermee bieden we onze collega’s een stuk zingeving aan hun werk. Zeker de jongere generatie vindt dat belangrijk. Ze kiezen dan ook bewust voor Conclusion als werkgever.”

De voorbeelden van indirecte impact via digitalisering en IT-innovatie zijn er genoeg. Visser benoemt er een paar: “Het tekort aan zorgpersoneel kunnen wij bijvoorbeeld niet oplossen, maar we kunnen wel vanuit onze expertise meedenken hoe we strategie, technologie en data inzetten om een duurzame verandering te realiseren. In de vervoerssector dragen we bij aan het optimaliseren van reizigersstromen zodat mensen, waaronder ook zorgpersoneel, op tijd op hun werk komen. Maar ook in de energiesector maken we het verschil, met slimme sensoren die data via het internet uitwisselen kunnen we windmolens automatisch en op het juiste moment laten draaien of stilstaan. Deze samenwerking laat zien dat topvoetbal, IT-dienstverlening en maatschappelijke betrokkenheid goed samengaan.”

Topsport: ‘Nachtrust-as-a-Service’

Het uitvallen van cruciale IT-systemen bij bedrijven kan catastrofale gevolgen hebben voor de maatschappij. Grote bedrijven willen dat hun infrastructuur dag en nacht optimaal draait. Dit zijn vaak ingewikkelde netwerken die op veel vlakken aan elkaar gekoppeld zijn. “Wij bieden onze klanten ‘Nachtrust-as-a-Service’,” vertelt Visser. “Dat betekent dat wij 24/7 voor veilige, stabiele en up-to-date oplossingen zorgen voor bedrijven in diverse sectoren. Onze collega’s verrichten hier echt topsport vanwege hun inzet die nodig is om deze belofte waar te maken aan onze klanten. Een mooie parallel met de topsportvisie van FC Utrecht.”

IT draagt bij aan duurzame oplossingen

Duurzaamheid is belangrijk voor Conclusion. Met hun visie en aanpak draagt het bedrijf actief bij aan de door hen gekozen Sustainable Development Goals (SDG’s). Visser legt uit: “Wij zijn ervan overtuigd dat IT kan bijdragen aan duurzame oplossingen. Het Conclusion-ecosysteem combineert diensten, kennis en innovatie om klanten te helpen verantwoorde keuzes te maken met een transparante, data-gedreven aanpak en concrete IT-oplossingen.” Visser geeft aan dat het bedrijf dit alleen kan doen met de inzet en motivatie van alle collega’s. “Zonder hen zijn we niet relevant. Gezonde voeding, flexibele werkplekken, een goede werk/privé-balans, milieuvriendelijke reismogelijkheden en veel sportfaciliteiten zijn daarom belangrijk.”

Samenwerking met partners vanuit een gedeelde visie is voor Conclusion de sleutel tot een duurzame, gelijkwaardige en inclusieve leefomgeving. “Met partners als FC Utrecht en de FC Utrecht Foundation realiseren we zowel sportieve als maatschappelijke impact. Dit bewijzen wij bijvoorbeeld met de duurzaamheidsbeoordeling van EcoVadis. Volgens hen behoort Conclusion tot de top 5% van de meer dan 130.000 beoordeelde bedrijven wereldwijd.”



CêlaVita
Sinds 1967

**ONZE AARDAPPEL
IS HET ANTWOORD**

**SNEL
SCOREN?**



**NIEUWE
VERPAKKING**

Inspiratie nodig? Kijk op www.celavita.nl



Zakelijke mogelijkheden

Uit onderzoek blijkt dat een groot deel van de doelgroep waar Conclusion zich op richt, van voetbal houdt en graag voetbal kijkt. Naast de zichtbaarheid op en buiten het veld gebuikt Conclusion het sponsorschap ook om haar klanten uit te nodigen voor een wedstrijd. “Onze skybox en de Executive Lounge bieden een unieke gelegenheid om klanten op een informele manier te ontmoeten en te verbinden. Wij koppelen klanten aan wedstrijden tegen clubs waar ze affiniteit mee hebben. Dat versterkt het netwerkgevoel en vergroot de kans op een succesvolle relatie,” licht Visser toe.

FC Utrecht biedt Conclusion daarnaast ook mogelijkheden om zichzelf te presenteren aan andere bedrijven binnen het zakelijke netwerk van de club. Ontbijtsessies en netwerkborels worden gebruikt om met elkaar in gesprek te gaan over gemeenschappelijke onderwerpen of uitdagingen. “De sfeer bij de club is gemoedelijk en iedereen is vriendelijk en enthousiast. Dat geeft een goede basis voor waardevolle nieuwe samenwerkingen.”

Trotse collega's

Ook de eigen collega's van Conclusion krijgen de kans om de samenwerking met de club te ervaren. Tijdens de wedstrijd tegen Willem II reserveerde Conclusion een speciaal vak voor collega's en hun familieleden en vrienden, waardoor ze samen de sfeer van de wedstrijd konden beleven. Een aantal kinderen mocht die dag met de spelers het veld op. Deze ervaring versterkte de band tussen collega's en zorgde ook voor een gedeelde trots onder de medewerkers.

Verbinding met supporters

Conclusion hoopt dat FC Utrecht-fans hen niet alleen zien als sponsor, maar ook als een IT-dienstverlener die een belangrijke rol speelt bij het oplossen van maatschappelijke vraagstukken. Voor fans die interesse hebben in technologie wil Conclusion een inspirerend voorbeeld zijn en laten zien hoe zij kennis en expertise inzetten om positieve impact te maken. Voor degenen die minder bekend zijn met IT, hoopt Conclusion vooral dat de betrokkenheid met de maatschappij hen inspireert en dat het merk een stukje trots opwekt.

Wat is Conclusion?

Conclusion is een groep samenwerkende bedrijven die verschillende diensten biedt op het gebied van digitale en zakelijke dienstverlening. Daarmee helpt Conclusion klanten slimmer, efficiënter en moderner te werken met behulp van de nieuwste technologie en digitale oplossingen. Ze richten zich op alles wat nodig is om een bedrijf goed te laten draaien in een digitale wereld: van het verbeteren van werkprocessen en bedrijfsstrategieën tot het ontwikkelen van software en het beheren en veilig houden van IT-systemen. Dat kunnen kleine projecten zijn, maar vaak gaat het om ingewikkelde IT- en transformatievraagstukken.

Visser verduidelijkt: “Ik gebruik graag de metafoer van het verbouwen van je huis: het zoeken van de juiste partijen is vaak lastig. Als je goede eerdere ervaringen hebt met bijvoorbeeld een schilder, dan kan hij je introduceren bij een stukadoor of elektricien uit zijn netwerk. Je vertrouwt de schilder en daarmee vaak ook zijn netwerk en de expertise van die mensen. Samen maken ze een optimale planning en werken ze met elkaar aan jouw verbouwing. Zo werkt Conclusion ook, maar dan op het gebied van digitale en zakelijke dienstverlening.”

Miele

De basis voor uw succes.

Compacte en zuinige wasmachines en drogers voor échte professionals.

Miele Professional. Immer Besser.



Alle clubtenues worden al jaren snel en behoedzaam gewassen en gedroogd in de wasmachines en drogers van Miele Professional.

Wilt u ook wassen als een professional?

De Kleine Geweldenaars van Miele zorgen in elke branche o.a. voor smetteloos wit tafellinnen, kraakheldere bedrijfskleding, donzig zachte badjassen en fris ruikende handdoeken en theedoeken.

Kleine Geweldenaars

Snel | Binnen 87 minuten alles weer gewassen en gedroogd

Zeer zuinig | Minimaal verbruik van water, stroom en reinigingsmiddelen

Duurzaam | Lange levensduur

Service en onderhoud | Voor iedere machine de passende snelle service

Meer weten? www.miele.nl/pro/kleingeweldenaars

Start jouw carrière in de bouw bij 5 bedrijven tegelijk!

Timmerman of Timmervrouw

Engineer of commercieel medewerker

Uitvoerder of werkvoorbereider

En nog veel meer...

Wij hebben de plek die bij jou past!
Kom je een keer kennismaken in Culemborg?


Van Dillen Bouw
Innovatief sinds 1724


TIMMERFABRIEK
CULEMBORG

Het PrefabBureau


PREFABFABRIEK
CULEMBORG

Het Bouw Bureau



Ga naar werkenbijvandillen.nl

Of neem contact op met Harry Plaizier via h.plaizier@vandillen-bouwgroep.nl
of bel 0345 50 90 60

TONNY PIJNAPPELS

PARTNERSHIP MANAGER



Mijn naam is Tonny Pijnappels. Ik ben 33 jaar en samen met mijn vriendin Anne, onze zoon Raf (1) en dochter Mikky (3) woonachtig in Wijchen. Sinds 1 oktober jl. ben ik gestart als Partnership Manager bij FC Utrecht.

Na mijn studie heb ik verdeeld over twee periodes zeven jaar in veelal commerciële functies gewerkt bij N.E.C. Na een periode in het bedrijfsleven merkte ik dat ik te ver afstond van mijn passie om bedrijven en doelgroepen met sport als katalysator aan elkaar te verbinden. Super enthousiast ben ik dan ook om dit bij FC Utrecht weer terug te vinden.

Vanuit mijn rol ga ik, samen met o.a. Team Sales & Partnerships, aan de slag om (nieuwe) partnerships met een 'natuurlijke fit' met FC Utrecht te intensiveren en optimaliseren. Binnen FC Utrecht zijn de voorbije jaren tal van prachtige proposities ontwikkeld die passend zijn voor het nationale- en internationale bedrijfsleven en haar bedrijfseconomische doelen en ambities. Ik kijk er dan ook enorm naar uit om samen met de (keten)partners van FC Utrecht impactvolle(re) samenwerkingen te ontginnen. Ik hoop de partners van FC Utrecht binnenkort te treffen op kantoor, in de Galgenwaard of op de padelbaan ergens in de regio. Ik houd me aanbevelen!

KEVIN SCHUURMAN

SENIOR BUSINESS DEVELOPMENT MARKETEUR

Mijn naam is Kevin Schuurman en op 1 oktober ben ik begonnen aan mijn tweede periode bij FC Utrecht. Van 2018 tot 2022 was ik al werkzaam bij de club als Coördinator B2C Marketing en na twee jaar bij PSV ben ik blij om terug te keren als Senior Business Development Marketeer.

Gedurende mijn eerste periode bij FC Utrecht lag de focus van mijn werkzaamheden op de verdere ontwikkeling van de kaartverkoopstrategie, de grotere clubcampagnes en de datastrategie voor onze supporters. In mijn huidige rol is het mijn doel om een B2B-strategie te ontwikkelen en te implementeren, zodat we als club ook op dit gebied mooie stappen kunnen zetten de komende jaren.

We bevinden ons op dit moment in een veelbelovend seizoen en het is duidelijk dat de club op verschillende fronten aan het groeien is. Ik kijk ernaar uit om de komende jaren bij te dragen aan de verdere ontwikkeling van de Business Club van FC Utrecht.





▲ DHL te gast bij de walking-football training van de OldStars op trainingscomplex Zoudenbalch.

FC UTRECHT MAAKT VANUIT HET HART HET VERSCHIL

Voor allerlei doelgroepen en op tal van manieren maakt FC Utrecht dagelijks Vanuit het Hart het verschil. Een aantal recente initiatieven en projecten op een rij.

Rondom Sint Maarten, een feestdag waar mensen elkaar helpen en aandacht hebben voor elkaar, zet FC Utrecht zich jaarlijks in om deze boodschap van verbinding te versterken. Dit jaar werden door vrijwilligers rondom het thuisduel met Heracles Almelo koeken uitgedeeld die waren gebakken door gedetineerden in de Penitentiare Inrichting in Nieuwegein. Een eenvoudig maar krachtig gebaar van aandacht hebben voor elkaar, op de dag dat U4U drie jaar bestond. U4U is een uniek platform waarmee FC Utrecht op een professionele, gelijkwaardige en laagdrempelige manier re-integratie- & leer-/werktrajecten aanbiedt. Het platform is opgericht om mensen met een overbrugbare afstand tot de arbeidsmarkt een helpende hand te bieden.



EEN ONVERGETELIJKE AVOND VOOR CEES

Diezelfde wedstrijd stond om een andere reden in het teken van een bijzonder verhaal. FC Utrecht verwelkomde Cees van de Wiel, een 19-jarige student uit Maastricht die revalideert op slechts 1200 meter afstand in De Hoogstraat, een gespecialiseerd revalidatiecentrum voor onder andere mensen met dwarslaesies. Afgelopen zomer veranderde Cees' leven ingrijpend door een noodlottige duik in ondiep water. Sindsdien werkt hij met vastberadenheid aan zijn herstel, gedreven door het verlangen om zijn leven weer op te pakken. Ondanks de tegenslagen en de intensieve revalidatie, denkt Cees al aan de toekomst:

zijn studie in Maastricht ligt weer binnen handbereik.

Cees en zijn vrienden genoten die avond in de Charitybox, een van de meest bijzondere plekken in Stadion Galgenwaard. De Charitybox is een skybox gelegen op de vierde etage en speciaal ingericht om mensen met een bijzonder verhaal, of uniek verzoek een onvergetelijke wedstrijdbeleving te geven. Over het wedstrijdbezoek van Cees en zijn vrienden is een item gemaakt dat is te zien in de recentste aflevering van Café Galgenwaard op het YouTube-kanaal van FC Utrecht.



IETS TERUGDOEN VOOR EEN ANDER



Andere initiatieven waarmee FC Utrecht het verschil maakt, is bijvoorbeeld Talents030. Dat is een 16-weeks MDT programma dat zich richt op het sociaal fit maken van jongeren in de regio. Dit programma biedt jongeren de kans om hun talenten te ontdekken, nieuwe

mensen te leren kennen en iets terug te doen voor een ander. Door middel van workshops, trainingen en persoonlijke begeleiding worden deelnemers gestimuleerd om hun sociale vaardigheden te versterken en vaardigheden te leren die hen helpen succesvol te zijn in de toekomst, zowel op persoonlijk als professioneel vlak.

Binnen Talents030 werken jongeren in groepsverband samen in diverse projecten waarbij ze leren om te gaan met verantwoordelijkheden, samenwerken in een team en doorzetten bij tegenslagen. Denk aan workshops op het gebied van communicatie, zelfontwikkeling en

loopbaanoriëntatie. Daarnaast biedt het programma mentorschap, waarbij jongeren terug kunnen vallen op een begeleider of jongerenwerker van FC Utrecht.

Deze mentoren ondersteunen de jongeren niet alleen in hun persoonlijke groei, maar inspireren hen ook om hun ambities waar te maken en bieden waar nodig extra ondersteuning buiten het programma om. Het programma draagt bij aan een positieve omgeving waarin jongeren zich gehoord en gesteund voelen. Dit maakt hen veerkrachtiger en beter voorbereid op hun volgende stappen in de maatschappij.

AAN DE SLAG BIJ DE OLDSTARS



Met FC Utrecht's OldStars, een voetbalteam voor 60-plussers, trainden onlangs medewerkers van mee van DHL, dat als Partner Vanuit het Hart aan FC Utrecht is verbonden. De DHL-gastspelers genoten niet alleen van de sportieve activiteit,

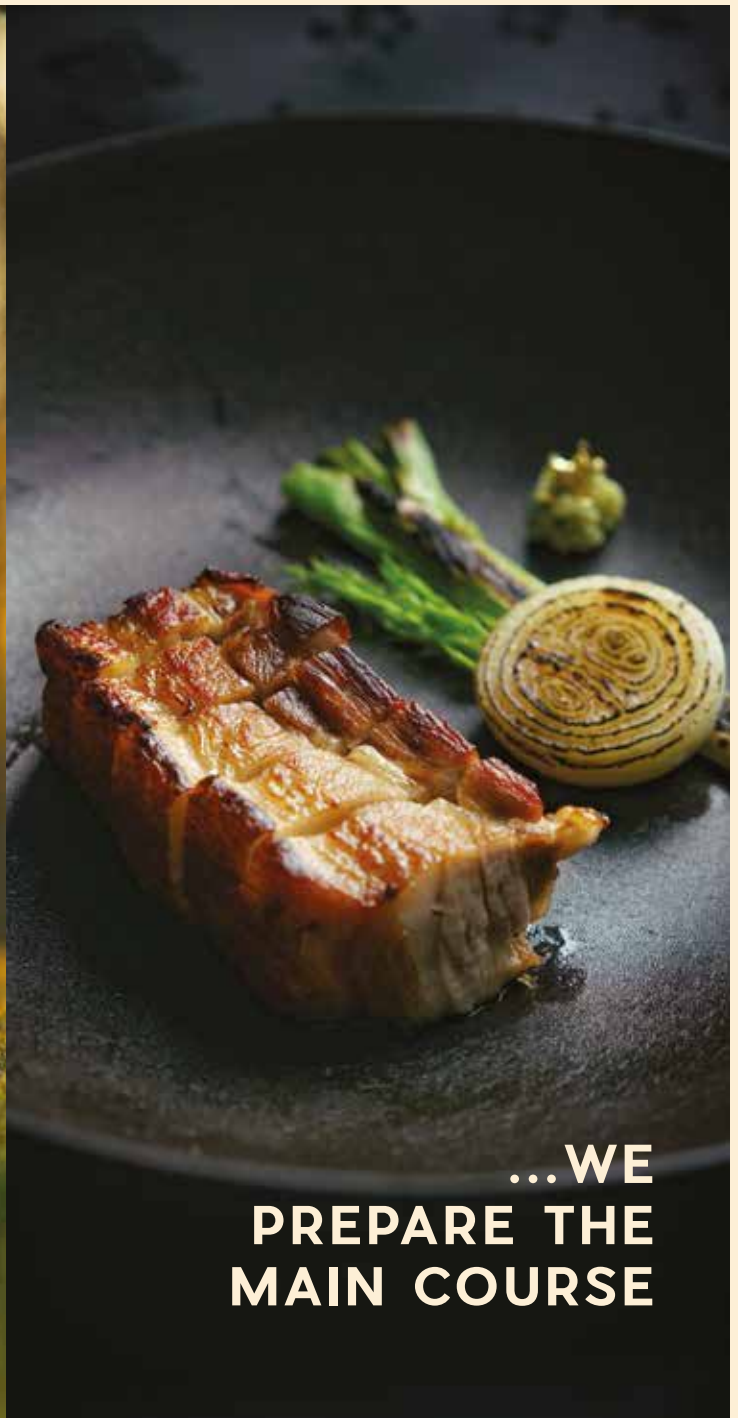
maar sloten na afloop ook gezellig aan bij de koffieronde; compleet met gebak. Dat leverde de nodige aangename kennismakingen en leuke gesprekken op. Met het bezoek aan FC Utrecht werd de maatschappelijke betrokkenheid van DHL en de wens om een actieve bijdrage te leveren aan de gemeenschap onderstreept.

Wilt u meer informatie over -of bijdragen aan de sociaal-maatschappelijke projecten? Neem gerust contact op met onze Relatiemanager, Sanne Pater. Via het e-mailadres: U4U@fcutrecht.nl.





**WHILE YOU
ADMIRE THE
GOLF COURSE...**



**...WE
PREPARE THE
MAIN COURSE**



BIRDIE EVENTS

Birdie Events, your partner for (golf) incentives, tailor-made for companies and groups of friends. In addition to top quality, caring and unburdening are the core values.

BEYOND EXPECTATIONS

TAILORMADE GOLFREIZEN VOOR DE ZAKELIJKE GOLFERS

Speciaal voor het zakelijke segment organiseert Birdie Events op maat samengestelde luxe golfreizen. Daarin staan kwaliteit, ontzorgen en beleving voorop. De beste hotels, goed eten en drinken en top golfbanen zorgen ervoor dat het de gasten van Birdie Events aan niets ontbreekt.

TEKST: VIVIAN VAN BRUGGEN

FOTOGRAFIE: BIRDIE EVENTS

Oprichter Emile van den Heuvel vertelt dat Birdie Events uit liefde is ontstaan: “Wij golften al lang en gingen vaak met een groepje vrienden op golfreis. Door corona kon dat helaas een hele tijd niet meer. Wij zijn in die periode bezig geweest om de ANVR en SGR-licentie te behalen, zodat we nu als officiële reisaanbieder voor de zakelijke markt luxe reizen in het hogere segment organiseren. Dat doe ik samen met mijn zakelijk partner Daan van der Ley onder de vlag van Beyond Expectations, waarvan Birdie Events een van de drie pijlers is. We ontzorgen onze klanten volledig en organiseren een beleving die voldoet aan hun wensen.”

Irritiemomenten uitsluiten

“We willen dat mensen niks te klagen hebben en alleen kunnen zeggen dat het perfect was georganiseerd” vertelt van der Ley. “Of het nu de taxi is die al staat te wachten op de luchthaven of het reserveren van de beste tafel in een restaurant, wij laten niets aan het toeval over.” Van den Heuvel vult aan: “Alle irritatiemomenten die je op reis kunt hebben, willen we zoveel mogelijk uitsluiten. Het gaat vaak om kleine dingen, zoals het vooraf alvast inchecken van onze gasten in het hotel of ervoor zorgen dat de buggy’s en golfassen al klaar staan op de golfbaan. Maar we regelen ook dat we van tevoren met de chef van een restaurant het menu samenstellen waarbij wij rekening houden met ieders wensen. Zo kunnen onze gasten volop genieten met elkaar van een mooie avond zonder dat er nog bestellingen moeten worden opgenomen.”

Onderscheidend vermogen

De organisatie van zo’n reis kost behoorlijk veel voorbereidingen, zeker gezien de hoge standaard die de mannen wil neerzetten. Van den Heuvel licht toe: “We zoeken naar de beste hotels en zorgen ervoor dat we weten welke restaurants uniek zijn om onze klanten een optimale beleving te kunnen geven. Net dat stapje extra. Wij hebben zelf veel de wereld over gereisd en door de jaren heen een groot netwerk opgebouwd dat we optimaal benutten. Daarnaast hebben we grote golfevents bezocht en zijn we ‘overseas-member’ van buitenlandse golfclubs, waardoor we deze wereld goed kennen. Via dat lokale netwerk komen we op bijzondere plekken, bijvoorbeeld in een klein dorpje dat klanten zelf niet zo snel zouden vinden. Als het nodig is huren we een hotel exclusief af en vliegen we een eigen kok in. Wij zorgen altijd dat er een personal assistant meegaat of dat er ter plekke iemand beschikbaar is die ondersteuning biedt of ons van advies voorziet. Dat alles is wel ons onderscheidend vermogen ten opzichte van de reguliere reisbureaus die golfreizen aanbieden.”

Chef’s Table: de ultieme culinaire beleving

De tweede pijler van Beyond Expectations, Chef’s Table, richt

zich op luxe culinaire reizen voor de zakelijke markt. “Wij zijn echte foodies en nemen mensen mee naar de beste culinaire plekken in de wereld. Zo vroeg laatst een Michelin-chef aan ons of we een reis naar San Sebastian, de culinaire hoofdstad van Spanje konden organiseren. Wij gaan dan naast de bekende restaurants ook op zoek naar de nieuwste hotspots in de stad. De hoofdzaak tijdens zo’n reis is food, maar we regelen bijvoorbeeld ook dat we een dag gaan varen of paddelen. Net wat de klant graag wil,” vertelt van der Ley.

Be Moves: classic car rally’s

Ondernemers die van auto’s houden kunnen via Be Moves, de derde pijler van Beyond Expectations, participeren in verschillende classic car rally’s. Zo kan men deelnemen aan de Mille Miglia, een van de grootste rally’s ter wereld voor klassieke auto’s met een bouwjaar van vóór 1957. “Een echte bucketlist ervaring voor de echte liefhebber van klassieke auto’s”, aldus van der Ley. “Wij hebben al jaren via Way2Drive een team van tussen de vijf en acht auto’s die meerijsen en zorgen ervoor dat dit voor de mensen die meegaan echt een beleving is. Uiteraard is alles perfect geregeld. Je rijdt zo’n 14 uur per dag over de openbare weg in Italië, dwars door dorpen heen op behoorlijke snelheid. Het is echt een spektakel om te zien.”

Naast het rijden in klassiekers kunnen klanten ook via Be Moves in een Porsche racen op het ijs in Finland. Van den Heuvel vertelt: “Ook hier is alles door ons geheel tot in de puntjes verzorgd. Niet alleen het hotel en het eten zijn top, maar we nemen onze gasten ook mee king crab eten of we gaan een dagje op een sneeuwscooter rijden. Dit zijn vaak exclusieve reizen waarbij wij vinden dat dan ook alles mogelijk moet zijn. De kwaliteit en de aandacht vinden wij het allerbelangrijkste.”

FC Utrecht skybox

Birdie Events samen met een groep ondernemers al tien jaar een skybox in de Galgenwaard. Van den Heuvel: “We komen hier voor het voetbal, de gezelligheid en het netwerk.” Van der Ley vult aan: “Netwerken kan het beste in een skybox vind ik. Daar zijn de gesprekken net wat intenser en heb je wat meer tijd voor elkaar dan bijvoorbeeld in een grote ruimte als de Executive Lounge. Daar word je sneller afgeleid.”

Van den Heuvel vindt de Business Club van FC Utrecht een prettige omgeving om mensen te ontmoeten. “Hier kom je makkelijk met mensen in gesprek en dat is wel de verdienste van de club. Het is er gemoedelijk en het contact is heel persoonlijk. Als we tijd hebben bezoeken we ook de netwerkbijeenkomsten die de club organiseert. Voor ons als Birdie Events is dit netwerk van FC Utrecht een mooie gelegenheid om te vertellen wat we doen en onze evenementen die we organiseren onder de aandacht te brengen.”



VANNIM
incasso

Sinds 1982
uw incasso
specialist.

Vannim incasso

Wij staan bekend om onze innovatieve incassoanpak, korte lijnen en transparante communicatie

- Incasso
- Debiteurenbeheer
- Creditmanagement
- Minnelijke en gerechtelijke incasso
- Juridisch advies
- Schuldbewaking



▲ Rob Altorffer, Number 1 (L) en Jochem Janssens, Bud (R).

11 VRAGEN AAN BUD EN NUMBER 1 CATERING

Voor onze vaste rubriek “11 vragen aan” zijn we uitgenodigd in de skybox van Bud en gaan we in gesprek met Jochem Janssens, strategic accountmanager bij Bud en Rob Altorffer, operationeel manager bij Number 1 Catering. We ontdekken waar de overeenkomsten tussen deze twee partijen liggen en wat hen verbindt met FC Utrecht.

AUTEUR: VIVIAN VAN BRUGGEN
FOTOGRAFIE: FC UTRECHT

1. Vertel eerst eens wat meer over het bedrijf waar je werkt

Janssens: “Bud is een van de biermerken van moederbedrijf AB InBev. Je kunt ons ook kennen van merken als Hertog Jan, Leffe, Corona, Jupiler. We opereren wereldwijd, maar stemmen ons aanbod af op de lokale markt. Hier in Nederland kijken we naar de vraag die er speelt en daar zoeken we dan passende merken bij. Dat is altijd wel een mix tussen lokale en internationale merken. Ook hebben we een breed assortiment aan alcoholvrije bieren, zodat we iedereen kunnen laten genieten van een smaakvol biertje, ongeacht de gelegenheid. Wij on-

derscheiden ons in de markt doordat we voor elke gelegenheid passend bieraanbod hebben.”

Altorffer: “Number 1 Catering is in 1986 opgericht onder de naam Hotdog King en was toen een leverancier van units en producten voor bijvoorbeeld pretparken en beursgebouwen. Later hebben we ons ontwikkeld als totaal cateraar en veranderde in 1999 de naam naar Number 1 Catering. Inmiddels zijn we uitgegroeid tot een van de grootste cateringbedrijven in Nederland en richten we ons op evenementen, beurzen en stadioncatering. Wij onderscheiden ons door enerzijds kwalitatief goede en smaakvolle producten te verkopen die passen bij de doelgroep en anderzijds door onze hoge capaciteit en goede omloopsnelheid. Onze naam spreekt onze ambitie uit.”



BUD HEEFT ALS DOEL OM MENSEN TE INSPIREREN, GROOTS TE LATEN DROMEN EN HUN DROMEN NA TE JAGEN.

2. Wat is jullie rol binnen het bedrijf?

Janssens: “Als strategic accountmanager ben ik verantwoordelijk voor alle nationale klanten die regio-overstijgend zijn en alle grote strategische locaties zoals stadions en poppodia. Ik ben verantwoordelijk voor de commerciële afspraken met onze bestaande relaties en het binnenhalen van nieuwe relaties. Ook de activaties op de locaties vallen onder mijn verantwoordelijkheid.”

Altorffer: “Als operationeel manager geef ik leiding aan het operationele team op de verschillende locaties. Daarnaast ben ik ook verantwoordelijk voor de commerciële afspraken, werkvoorbereiding en planning.”

3. Hoe zijn jullie met FC Utrecht in aanraking gekomen?

Altorffer: “We kregen de mogelijkheid om bij FC Utrecht de food- en drankcatering te gaan doen. Het is in een stadion uitdagend om vernieuwend te zijn. Om achter ons product en de service te kunnen staan hebben we grootscheeps verbouwd en een hele nieuwe uitstraling en inrichting neergezet. Uiteindelijk hebben we een nieuwe manier van werken ingevoerd, zodat we de uitgifte aan de supporters nog sneller en efficiënter kunnen regelen.”

Janssens: “Wij zijn zowel leverancier als sponsor van FC Utrecht. Onze naam staat op de reclameborden en onze bieren worden op alle verkooppunten in het stadion verkocht. Ook in het zakelijke gedeelte van het stadion worden onze bieren geschonken en zo zijn we in aanraking gekomen met de Business Club. Regelmatig organiseren we samen met FC Utrecht evenementen voor de business leden. Op die manier leren we hen beter kennen en zorgen we ervoor dat onze bieren goed ontvangen worden in het stadion.”

4. Waar liggen de raakvlakken tussen Bud en FC Utrecht en Number 1 en FC Utrecht?

Janssens: “Bud heeft als doel om mensen te inspireren, groots te laten dromen en hun dromen na te jagen. Dit gevoel komt perfect tot leven in een stadion waar de spelers van FC Utrecht ongelooflijk mooie dingen doen. Voor ons is dat een hele mooie match tussen de twee merken.”

Altorffer: “Dat vind ik wel mooi omschreven, die dynamiek heerst hier ook bij FC Utrecht. Voor ons ligt dat raakvlak op dienstbaar zijn. FC Utrecht stelt zich altijd open en dienstbaar op en dat doen wij als bedrijf ook. Onze mentaliteit van handson en benaderbaar zijn herkennen we in de club. Ons partnership groeit en die wederzijdse betrokkenheid is nodig om samen een mooi resultaat neer te zetten.”

5. Op welke manier zijn Bud, Number 1 en FC Utrecht aan elkaar verbonden?

Altorffer: “Kortgezegd zijn wij verplicht om met de vaste partners van de locatie te werken, dus die verbinding is er automatisch. Bud is officieel partner van FC Utrecht en wij respecteren die samenwerking. Het is fijn om te merken dat we met elkaar vooral kijken naar alle mogelijkheden die er zijn om bijvoorbeeld de kwaliteit en omloopsnelheid te verbeteren en de faciliteiten te optimaliseren zoals de biertanks en raptaps.”

Janssens: “Praktisch gezien zorgen wij voor gevulde tanks en goed werkende bierapparatuur waarmee de mensen van Number 1 hun werk goed kunnen uitvoeren. De samenwerking

is door de jaren heen steeds sterker geworden. Als je ‘number one’ wil zijn, als je groots wil dromen, dan ben je continue bezig met verbeteren en ben je nooit tevreden. Dat is wel een mooi raakvlak tussen ons alle drie.”

6. Vertel eens wat meer over jullie samenwerking van de afgelopen seizoenen

Altorffer: “Op operationeel gebied heeft het verkorten van de wachttijden continue onze aandacht, zodat we mensen een nog betere beleving kunnen geven. Dat pakken we actief met Bud en FC Utrecht op. Omdat we op veel andere locaties werken, nemen we onze ervaringen mee naar de Galgenwaard, zodat zowel Bud als FC Utrecht hier ook van kunnen profiteren. Ik wil graag mijn complimenten geven aan Bud voor hun ondernemerschap, waarmee zij hebben bijgedragen aan de verbetering van de faciliteiten en Bud daarmee stevig op de kaart hebben gezet in het stadion.”

Janssens: “Het stadion is een locatie waar mensen voor één specifiek doel naartoe komen. Daar willen en kunnen we nog veel meer uithalen. Samen kijken we hoe het stadion nog aantrekkelijker kunnen maken voor mensen om bijvoorbeeld eerder te komen op een wedstrijddag en langer te blijven na afloop. We brainstormen met elkaar over hoe we de fanbeleving kunnen verhogen, wat we hen nog meer kunnen aanbieden en welke activaties we op het veld en de promenade kunnen inzetten. Ook wij komen veel op andere locaties en net zoals Rob en zijn team doen wij daar veel ervaring op die we ook weer inbrengen in de samenwerking met Number 1 en FC Utrecht.”

Altorffer: “Wij zijn beide in coronatijd begonnen bij FC Utrecht. Dat was destijds best uitdagend, omdat het stadion leeg bleef en het lastig was om concrete zaken op te pakken. Toch hebben we de samenwerking vanaf het begin omarmd. We hebben met elkaar plannen gemaakt om de cateringfaciliteiten in het stadion te verbeteren en zijn gestart met verbouwen, ondanks de financiële risico's die daarmee gepaard gingen. Zowel Bud als wij zagen volop kansen om de fanbeleving naar een hoger niveau te tillen, en gelukkig deelde FC Utrecht onze visie. Pas in 2022 konden we de samenwerking echt actief vormgeven, en nu gaan we dat verder uitbreiden.”

7. Welke rol vervult FC Utrecht binnen jullie bedrijf?

Janssens: “FC Utrecht speelt al jaren een belangrijke rol in het Nederlandse voetbal en het is fantastisch dat tijdens elke wedstrijd meer dan 20.000 mensen onze bieren drinken! Voor ons biedt de Business Club van FC Utrecht ons een kans om ook deel te nemen aan het zakelijke netwerk van de club. Wij zien het als een positieve kracht dat de kenmerken van Bud en FC Utrecht samenkomen om een mooie beleving neer te zetten. Vorig seizoen hebben we in de zomer een leuke actie georganiseerd met een ‘Bucket Hat’ voor supporters die in de zon zaten, zodat ze de wedstrijd beter konden volgen. Dit jaar gaan we ook iets leuks organiseren maar dan in een wintervariant. Meer kan ik nu nog niet verklappen maar één ding is zeker: de fans zullen deze winter warm blijven op de tribune!”

Altorffer: “Als publiekscateraar zijn we trots op onze samenwerking met FC Utrecht; het voelt echt dat we dit gezamenlijk doen. We voelen samen de verantwoordelijkheid om de fan experience voor de supporters te verbeteren en daar steeds een volgende stap in te zetten. FC Utrecht speelt hierin een centrale en verbindende rol voor ons, die we gezamenlijk als



**ALS PUBLIEKSCATERAAR ZIJN WE TROTS OP
ONZE SAMENWERKING MET FC UTRECHT**



een hecht team met alle partners oppakken. Over de creatieve invulling kan ik nu nog niet veel zeggen omdat we nog midden in het ontwikkeltraject zitten.”

Altorffer vervolgt: “Duurzaamheid is een belangrijk thema binnen FC Utrecht en ook binnen onze organisatie wordt dit breed gedragen. Number 1 bevindt zich al enkele jaren in de transitie naar gezondere catering en een uitgebreider aanbod van vegetarisch en veganistisch eten. Per foodconcept bieden we doorgaans drie opties aan: rundvlees, kip en een vegetarische of veganistische keuze. Daarnaast hanteren wij binnen de groep de basisdoelstelling dat we altijd met energiezuinige middelen werken. Ons wagenpark is grotendeels elektrisch of hybride en we maken gebruik van duurzame apparatuur zoals koelingen en vriezers met minimaal energielabel A. Verder gebruiken we ledverlichting, zonnepanelen en accu's voor energieopslag. De verpakkingen waarin we ons eten aanbieden zijn composteerbaar en de bekertjes voor dranken zijn herbruikbaar.”

8. Waar staan Bud en Number 1 in jullie ogen over tien jaar?

Altorffer: “Wij willen er samen met onze partners alles aan doen om de publiekscatering verder te innoveren. Denk daarbij aan bijvoorbeeld de kassamogelijkheden en het afrekenen, maar ook de algemene service willen we verder omhoog brengen. Er liggen hier bij FC Utrecht nog veel kansen voor de komende jaren. Deze periode is nu heel belangrijk om ons, samen met onze partners, te blijven ontwikkelen. Het is onze ambitie om een leidende rol te hebben als stadioncateraar.”

Janssens: “Ons doel over tien jaar is om vooruitstrevend en toonaangevend te zijn in de hele fanbeleving. Wij kijken samen met Number 1 bij FC Utrecht specifiek naar de punten waar

de mensen in aanraking komen met onze merken en moeten blijven investeren om niet achterop te raken. Dit raakt ons hele proces van brouwen tot de operatie op de dag zelf. Dat moet elke keer weer op topniveau zijn en blijven.”

9. Wat zijn jullie ervaringen met de Business Club van FC Utrecht?

Janssens: “Wij zijn bij elke wedstrijd aanwezig in de Business Club en het leukste daarvan is dat het mensen met elkaar verbindt. Uiteraard zorgen wij ervoor dat er altijd een koud biertje klaar staat. We spreken veel verschillende mensen en je ontmoet elkaar hier in het stadion op een andere manier. De kracht van dit grote zakelijke netwerk is dat je ook mensen spreekt die je normaal niet zo snel zou tegenkomen. Je hebt inspirerende gesprekken over andere onderwerpen en dat zorgt er soms voor dat je nieuwe ideeën ontwikkelt. We hebben ook een skybox en daar nodigen we graag onze klanten uit. Voor ons is dit een fantastische manier om hen te laten zien wat wij allemaal kunnen doen met onze merken. Dat kan op weinig andere plekken beter dan in onze skybox.”

Altorffer: “Voor ons is onze skybox een visitekaartje richting klanten en partners. We nodigen hen uit om te laten zien wat we hier allemaal doen. Daarnaast doen we mee aan de activiteiten die georganiseerd worden voor de Business Club en dan spreken we ook veel relaties.”

10. Wie is jullie favoriete FC Utrecht speler, en waarom?

Altorffer: “Ik vind Taylor Booth een leuke speler. Hij is dynamisch, durft om de bal te vragen en neemt graag het initiatief, dat spreekt mij wel aan. Hij ziet mogelijkheden en creëert kansen, daar kijk ik graag naar. Jammer dat hij dit seizoen niet zoveel speelt.”



Alpha Logistiek is gespecialiseerd in:

- Farmaceutisch transport
- Logistiek maatwerk
- Spoedleveringen

Waarom kiezen voor Alpha Logistiek:

- Betrouwbaar: Jarenlange ervaring in de logistieke sector maakt ons uw vertrouwde partner
- Flexibel: Wij passen onze diensten aan uw behoefte aan met logistieke oplossingen op maat
- Klantgericht: Uw tevredenheid staat voorop. Wij denken graag met u mee en bieden oplossingen die aansluiten bij uw wensen

Interesse?

Voor meer informatie over onze diensten of om een offerte aan te vragen, kunt u ons bellen op **085-9024680** of mailen naar info@alphalogistiek.nl. Bezoek ook onze website: www.alphalogistiek.nl

Alpha Logistiek – Uw betrouwbare partner voor slimme logistieke oplossingen!



**Schadenet
Rosenboom**

Autoschade? Geen probleem!



- Rosenboom brengt al meer dan 25 jaar auto's weer veilig op de weg;
- Rosenboom heeft airco- en ruitservice;
- Rosenboom geeft 4 jaar garantie op uitgevoerde reparaties;
- Rosenboom heeft afspraken met bijna alle verzekeringsmaatschappijen;
- Rosenboom levert gratis vervangend vervoer*;
- Rosenboom heeft gratis haal- en brengservice;
- Rosenboom is 24/7 uur bereikbaar.

* niet voor lease-auto's



Schadenet Rosenboom

Autoschadespecialist

Strijkviertel 7 - De Meern - 030-6661690

www.schadenet-rosenboom.nl of e-mail: rosenboom@schadenet.nl

Janssens: “Voor mij is dat Nick Viergever. Hij speelt als laatste man op een belangrijke positie waar je het overzicht moet houden en de rust moet bewaren. Zelf heb ik ook op die positie gespeeld dus ik let er vaak wat meer op. Ik vind dat hij het goed doet.”

11. Op welke positie gaat FC Utrecht uiteindelijk eindigen dit seizoen?

Beide heren zijn het hier unaniem over eens: een top drie positie moet mogelijk zijn dit seizoen, zeker als er niet te veel blessures zijn en het team stabiel blijft spelen.



▲ Bud is op diverse manieren zichtbaar in Stadion Galgenwaard.



BUNDELEN VAN KENNIS, KRACHT & VAKMANSCHAP

Frank van Rooijen B.V. in Nieuwegein en Van Rijnsoever B.V. in Montfoort zijn dé specialisten in grondverzetwerkzaamheden, met een focus op grondwerk rondom ondergrondse infra. Onze toewijding aan perfectie zorgt ervoor dat elke opdracht direct wordt aangepakt en tot in de puntjes wordt afgewerkt.

van Rijnsoever
bv
www.vanrijnssoever.nl

FRANK VAN ROOIJEN.
www.loonbedrijffrankvanrooijen.nl



**WINNEN
DOE JE
SAMEN!**

Supported by:

WARMTEBOUW.

Van goed teamwork
tot grote prestaties

Local Hearts Global Minds

www.holla.nl

holla
legal & tax

WWW.DENBODETRANSPORT.NL

-50%

Businessleden kunnen gebruik
maken van de
kennismakingskorting op de
eerste rit

**Wist je dat: Den Bode Transport
de cups van FC Utrecht vervoerd ?**

€24.25 PART 2

**HALVE SEIZOENKAART
AL VANAF € 1.499**



**RON
JANS**

**NICK
VIERGEVER**

**12E
MAN**

LIDMAATSCHAP FC UTRECHT BUSINESS INCLUSIEF ACHT THUISWEDSTRIJDEN EN EEN VERZORGDE MAALTIJD INCLUSIEF
DRANK MET LIVE-ENTERTAINMENT NA AFLOOP VAN IEDERE WEDSTRIJD MINIMAAL VIJF EXCLUSIEVE BUSINESS EVENTS EN
EEN DIRECTE VERBINDING MET MEER DAN 460 BEDRIJVEN OOK PUBLICATIE OP DE BUSINESSKANALEN

De nieuwe Hyundai SANTA FE.

Open for more.



Hyundai SANTA FE vanaf

€ **59.595**

Kom langs en maak een proefrit.

Vanaf nu hebben jouw avonturen geen grenzen meer. De nieuwe Hyundai SANTA FE Hybrid en Plug-in Hybrid geeft je de ruimte om aan elke reis te beginnen. Het HTRAC All Wheel Drive systeem maakt elk terrein toegankelijk en dankzij de Surround View Monitor en de digitale achteruitkijkspiegel heb je altijd zicht op wat er om je heen gebeurt. Of je nu alleen of met z'n zevenen op pad gaat: het buitenleven kan beginnen. **Geniet ervan.**

Ontdek meer op hyundai.com/nl/wittenberg

Hyundai Wittenberg

Landzicht 30, Utrecht, tel. 030 - 603 1216



5 JAAR
Onbepaalde
Kilometergarantie

8 JAAR
160.000 km
Batterijgarantie

Gecombineerd verbruik SANTA FE Hybrid: 5,6 - 5,7 (l/100 km) / 17,9 - 17,5 (km/l); CO₂ - emissie: 152 - 159 (gr/km). Gecombineerd verbruik SANTA FE Plug-in Hybrid: 1,28 (l/100 km) / 72,5 (km/l); CO₂ - emissie: 38 (gr/km). Uitstoot- en brandstofverbruiksgegevens zijn gebaseerd op tests die zijn uitgevoerd volgens de Europese richtlijnen EU 2018/1832 en 2017/1151. De vermelde WLTP-waarden voor het gecombineerde brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot zijn overeenkomstig de nieuwe WLTP-testmethodiek. De waarden zijn afhankelijk van de gekozen uitvoering en wielmaat. De Hyundai '5 jaar garantie zonder kilometerbeperking' en de '8 jaar of 160.000 kilometer batterijgarantie' zijn alleen van toepassing op Hyundai voertuigen die initieel aan een eindgebruiker zijn verkocht door een erkend Hyundai-dealer. Genoemde prijs is een adviesprijs en is excl. metallic lak en eventuele opties. Genoemde bedragen zijn onder voorbehoud van prijswijzigingen en verschillen per model. Kijk voor prijzen en voorwaarden op hyundai.nl of vraag ernaar bij de erkende Hyundai-dealer. De gedetailleerde garantievoorwaarden zijn beschreven in het service- & garantieboekje. Afgebeeld model en kleur kunnen afwijken van standaarduitvoering en beschikbare productiekleur. Druk- en zetfouten voorbehouden.

JBA Security

UW VEILIGHEID ONZE ZORG!

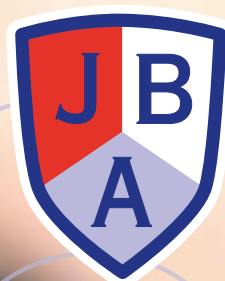
- Alarmopvolging
- Mobiele surveillance
- Open & sluitrondes
- En meer!

030 - 225 30 31

info@jba-security.nl



www.jba-security.nl





▲ NieuweStroom is op verschillende manieren zichtbaar in Stadion Galgenwaard.

NIEUWESTROOM BIEDT ONDERNEMERS GRIP OP ENERGIE



▲ De Graaf: "Wij zien de sponsoring als een goede investering om onze ambitie waar te maken."

Twaalf jaar geleden ontstond een ambitieus plan op een zolderkamer: de energiemarkt transparanter en eerlijker maken. Het concept: het introduceren van dynamische energieprijzen zonder vast contract. Dit bleek een gouden greep, want NieuweStroom is inmiddels een succesvolle en snelgroeiende energieleverancier voor het MKB. Het momentum om actief naar buiten te treden en de kernwaarden van het bedrijf actief uit te dragen valt samen met het aangaan van een partnership met FC Utrecht en de lancering van een landelijke merkcampagne.

AUTEUR: VIVIAN VAN BRUGGEN

FOTOGRAFIE: FC UTRECHT EN NIEUWESTROOM

In de beginjaren van NieuweStroom zette de intrede van de slimme energiemeter een aantal jonge ondernemers aan het denken. "Alleen inzicht in energieverbruik bood het MKB weinig extra voordeel," vertelt Thijs de Graaf, sinds november bestuurder van NieuweStroom en al vanaf 2014 werkzaam voor het bedrijf. "Grote multinationals kopen vaak hun energie rechtstreeks in op de handelsbeurs tegen de actuele marktprijs. Het MKB heeft die mogelijkheid vaak niet en wij wilden deze beursprijzen ook voor

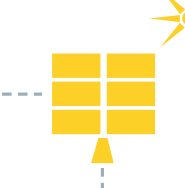
hen beschikbaar maken. Dat scheelt aantoonbaar tussen de 10% en 30% op de kosten!"

Grondlegger van dynamische prijzen

NieuweStroom biedt haar klanten een uniek concept. Geen ondoorzichtige contracten en verborgen kosten maar transparantie, flexibiliteit en controle over de energiekosten. De Graaf vervolgt: "De toegang tot de groothandelsmarkt geeft ondernemers het

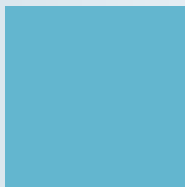
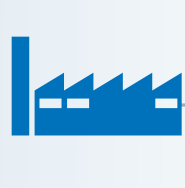
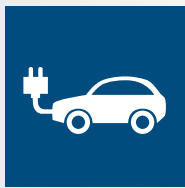
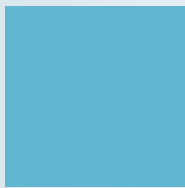


xStorage Outdoor
Energieopslag voor buitentoepassing



BUILDINGS AS A GRID

xStorage Compact & Outdoor
Vermogensrange: 40 kW – 200 kW
Opslagcapaciteit: 50 kWh – 750 kWh



xStorage Compact
Energieopslag voor commerciële en industriële gebouwen

VOORBEREID OP DE TOEKOMST

Met onze Buildings as a Grid-aanpak kunt u uw gebouw transformeren tot een energiehubs en profiteren van het nieuwe energietijdperk, uw bestaande elektrische infrastructuur beter beheren en u voorbereiden op toekomstige energiebehoeften.

Eaton is uw partner voor Energieopslag, Energiemanagement en laadoplossingen.

vertrouwen dat ze nooit te veel betalen. Onze verkoopprijs baseren we op de uur- en dagprijzen van stroom en gas. Daarin zijn wij de grondlegger in Nederland.” Daarnaast geeft NieuweStroom klanten inzicht in het energieverbruik én advies hoe zij dat verbruik efficiënt kunnen inzetten. “Denk bijvoorbeeld aan congestiemanagement, waarbij in de Provincie Utrecht, in samenwerking met de netbeheerder de piekbelasting wordt beperkt door de ruimte op het elektriciteitsnet slimmer te verdelen, om overbelasting te voorkomen. Ook dat levert onze klanten financiële voordelen op.”

Persoonlijk advies

De focus op MKB-klienten komt niet zomaar uit de lucht vallen. Al vanaf de start van het bedrijf wilden de oprichters Remko ten Barge en Geert van Lümig juist het MKB helpen grip op hun energiekosten te krijgen. “Ondernemers willen ondernemen; energie is vaak een bijzaak. Ze hebben meestal niet de tijd, expertise of toegang tot betere contracten op de handelsmarkt. Wij bieden hen toegang tot die markt op een eenvoudige manier waarbij overstappen niet meer nodig is. Ondernemers zitten nergens aan vast, behouden hun vrijheid en controle en krijgen een toekomstbestendig energiecontract dat de weg opent naar elektrificatie en verduurzaming. De impact die wij kunnen maken in de maatschappij is het grootst voor het MKB,” vertelt de Graaf.

De adviseurs van NieuweStroom hebben lokale kennis en zitten altijd persoonlijk met klanten om tafel. “Wij willen ondernemers ontzorgen, en de relatie met hen is voor ons van groot belang,” legt De Graaf uit. “Daarom bieden we bewust een contractvrij concept aan. Dat straalt vertrouwen uit naar de klant en zorgt ervoor dat wij scherp blijven. Een vast contract is meer dan alleen een vaste prijs, het biedt vaak onvoldoende bewegingsvrijheid, vooral in de huidige marktomstandigheden waarin ondernemers moeten kunnen inspelen op elektrificatie, slim energiebeheer, zelf energie opwekken en de overgang naar gasloze oplossingen. Ons concept gaat gelukkig verder; naast financieel voordeel biedt het ondernemers de autonomie die ze nodig hebben om toekomstbestendig te blijven.”

Kennis delen via de Academy

De kennis van het complexe energiesysteem die NieuweStroom heeft opgebouwd de afgelopen jaren wil het bedrijf heel graag met iedereen delen, zoals (potentiële) klanten, partners en zelfs medespelers. Dit sluit volledig aan bij de missie van het bedrijf: ondernemers in het MKB ondersteunen en versterken tijdens de energietransitie, als hun betrouwbare energiepartner. Om dit te realiseren is de NieuweStroom Academy opgericht. Tijdens deze bijeenkomsten worden ondernemers in één avond bijgepraat over de nieuwste trends en ontwikkelingen in de energiemarkt. De Graaf legt uit: “We willen met het delen van onze kennis een sterke positie in de markt innemen en ondernemers informeren over tal van zaken zoals gebruik van batterijen, congestiemanagement of energiewetgeving.”

Zo uitte naar aanleiding van een bezoek aan de Academy een klant zijn bezorgdheid over de vraag of zijn zonne-installatie kosten met zich meebrengt of juist geld oplevert wanneer de zon schijnt. De Graaf vervolgt: “We hebben aan zijn keukentafel de mogelijkheden besproken voor het op afstand uitschakelen van de installatie bij negatieve energieprijzen. Daarnaast gaan we hem, samen met de netbeheerder, helpen met capaciteitsbeperkende contracten. Op deze manier heeft hij meer inzicht en grip op zijn energiezaken gekregen. Hij maakt zich nu minder zorgen en kan zijn aandacht weer volledig op zijn onderneming richten.”

Sponsoring: investering om ambitie te realiseren

NieuweStroom heeft een grote ambitie en wil zich de komende jaren ontwikkelen als dé energiepartner voor het MKB. De Graaf licht toe: “We willen alle domeinen van energie ontsluiten, denk aan bijvoorbeeld congestie en balanshandhaving van het landelijke net. Zo kunnen we de waarde daarvan naar de ondernemer brengen. We willen het MKB alle mogelijkheden aanbieden die er zijn om hen door de energietransitie heen te loodsen. De komende tijd openen we een aantal nieuwe vestigingen in het land om in de regio zichtbaar te zijn en de klant nog beter van dienst te zijn.”



▲ Afgelopen zomer tekenden FC Utrecht en NieuweStroom een contract voor drie jaar.

De sponsoring van FC Utrecht draagt actief bij aan de ambitie door in de eerste plaats te zorgen voor veel zichtbaarheid. “De club heeft een groot zakelijk netwerk waardoor we ons merk heel goed kunnen positioneren binnen onze doelgroep,” aldus de Graaf. “We willen daarnaast niet alleen nieuwe potentiële klanten ontmoeten maar ook langdurige relaties opbouwen met andere ondernemers en partijen binnen dat netwerk. Door in deze regio actief te zijn kunnen we lokale ondernemers beter bereiken. Zij willen graag zakendoen met bedrijven in de regio. Met ons kantoor in stadion Galgenwaard kunnen we deze klanten goed bedienen. Wij zien de sponsoring als een goede investering om onze ambitie waar te maken.”

Merkcampagne voor meer zichtbaarheid

Naast de sponsoring lanceerde Nieuwe Stroom een landelijke merkcampagne. Onder de slogan ‘Word eigen baas over je energie’ richt de campagne zich specifiek op ondernemers. De Graaf legt uit: “We willen hen bewust maken van de voordelen van onze dynamische tarieven en slim energieverbruik. Veel ondernemers kennen alleen de traditionele contracten en missen de kans om flink te besparen door slimmer met hun energie om te gaan.” De campagne is zichtbaar via diverse kanalen waar ondernemers zich bevinden: radioreclame op BNR, billboards langs de snelwegen en online advertenties o.a. op LinkedIn. “Het gaat ons niet alleen om naamsbekendheid, maar ook om ondernemers te laten ervaren dat energie-efficiëntie en dynamische energieprijzen hen helpt te verduurzamen en kosten te besparen. Een dynamisch energiecontract is dus eigenlijk maar de eerste stap in de samenwerking om de rest van de mogelijkheden te ontsluiten.”



Pearle
opticiens



Nieuw
bij Pearle

Alles
-in-1-
service
incl. 2 brillen

Pearle Bril Plan

Altijd goed zicht al vanaf 7.50 per maand.

- ✓ Altijd 2 brillen die bij je passen, daarom mag je beide brillen na 2 jaar vernieuwen
- ✓ Gratis vervangende glazen als je sterkte verandert
- ✓ Bril Plan garantie bij schade, verlies of diefstal*
- ✓ 50% korting op de 2^e bril

Pearle Opticiens Utrecht | Nachtegaalstraat 30 | 030-2382033

Scan de QR-code voor meer informatie en ga naar [Pearle.nl/](https://pearle.nl/) afspraak-maken om eenvoudig online een afspraak te maken.



*Eigen risico van toepassing, bekijk de voorwaarden op [Pearle.nl](https://pearle.nl/)



SCHILDERWERKZAAMHEDEN

Wij zijn van de persoonlijk aandacht. Jij moet je thuis voelen in jouw huis, dus wij luisteren naar jouw gevoel. Daarom vinden we het fijn om altijd eerst langs te komen voor een persoonlijk gesprek, waarin we de tijd nemen om naar jouw wensen te luisteren. Op deze manier kunnen we samen met jou de juiste werkwijze, voor de juiste prijs bepalen.

HOUTROT HERSTEL

Houtwerk geeft een pand net dat beetje extra karakter, echter de gevreesde vijand is houtrot. Het kan een groot probleem vormen in onderdorpels, kozijnen, deuren en andere houten onderdelen, en ligt soms eerder op de loer dan u denkt. Slechte ventilatie, te dun aangebracht of verweerd schilderwerk kan een oorzaak zijn en het vocht vindt zijn weg door het schilderwerk.

WIJ WENSEN FC UTRECHT VEEL SUCCES!

030 207 25 54 info@rotess.nl www.rotess.nl
Nieuwegein

BOUWEN ZONDER
VERRASSINGEN
DAT IS ONS DOEL.

Het Bouw Bureau

tekenen • rekenen • maken

Met het Bouw Bureau maken wij maakbare omgevingsvergunningen welke passen bij de opdrachtgever.

We maken vaak een prototype, nu zetten we de bouw- methode vast en kunnen we die optimaliseren. Het vertrouwen in een maakbaar ontwerp resulteert in een betrouwbare en scherpe aanneemsom.

HBB.

CONTACT
info@hetbouw bureau.nl
www.hetbouw bureau.nl

BEL ONS
0345 50 90 66

BEZOEK ONS
Het Bouw Bureau B.V.
Industrieweg 8
4104 AR Culemborg

TERUGBLIK BUSINESS EVENTS

SISSENDE SATÉSPIEZEN ALS STARTSIGNAAL

Op volle toeren draaien ze: de BBQ's van Napoleon Grills, tijdens de FC Utrecht Business BBQ. Zo zijn het sissende satéspiezen die het startsignaal geven van de nieuwe jaargang, tijdens een drukbezochte activiteit waarbij onder anderen Ron Jans en Linda Helbling inspirerende toespraken houden.



Ruim 450 bezoekers komen af op de kick-off van de nieuwe jaargang. Zij worden bij de hoofdingang van Stadion Galgenwaard ontvangen en begeleid, via de spelerstunnel, naar de hoofdtribune. Onder het genot van een glaasje sangria ontstaan daar al de eerste verbindingen.

FC Utrecht's eerste elftal én FC Utrecht Vrouwen maken hun opwachting op het veld, tijdens een presentatie die wordt verzorgd door Gert Kruys en René Vermeend. De Hoofdtrainers van beide ploegen, respectievelijk Ron Jans en Linda Helbling, spreken de honderden aanwezigen toe voordat het gezelschap zich naar binnen verplaatst. Daar wordt op de BBQ's van Napoleon Grills allerlei lekkers klaargemaakt. De spelers, speelsters en stafleden van FC Utrecht mengen zich onder de leden van FC Utrecht Business en dat levert tal van leuke kennismakingen en gesprekken op.

“De Business Club van FC Utrecht is een mooie ontmoetings-

plek, zakelijk relevant of niet, het heeft geen invloed op de gezellige sfeer”, aldus Seger Theuns, Managing Director bij Conclusion. “Het leveren van een topprestatie, wij in ons domein op het gebied van digitalisering en FC Utrecht op het veld, dat is een van de dingen die ons verbindt. We kijken uit naar de komende periode!”

“Met de Business BBQ zijn wij nu ook het FC Utrecht Business-seizoen goed begonnen”, vertelt Commercieel Ambassadeur van FC Utrecht Gert Kruys. “Er ontstonden mooie connecties tussen de bedrijven, en ook de spelers en speelsters mengden zich op een leuke manier in het geheel.



‘EEN AANGENAME KENNISMAKING MET ELKAAR EN MET DE CLUB’

Een aangename kennismaking. Met elkaar, en met de club. Dat is wat beklift bij de ruim dertig nieuwe leden van FC Utrecht Business, die in september aanschuiven bij de Nieuwe Leden Lunch in Stadion Galgenwaard.



Bij de hoofdentree van Stadion Galgenwaard worden de nieuwe leden van de almaar groeiende Business Club van FC Utrecht ontvangen door het salesteam van de club, waarna er tijd is voor koffie en thee in de Executive Lounge.

Onder het genot van een lunch krijgen de nieuwe leden van FC Utrecht Business een korte update over FC Utrecht en vervolgens, traditiegetrouw, de mogelijkheid om zichzelf voor te stellen aan de rest. Dit levert direct mooie interacties op – de lunch is nog maar net begonnen, of de eerste waardevolle nieuwe connecties worden gemaakt.

Een rondleiding door Stadion Galgenwaard vormt het slotstuk van de Nieuwe Leden Lunch. “Dit event is vaste prik op de kalender van FC Utrecht Business en tijdens editie 2024 bleek maar weer waarom: het was voor de nieuwe leden een aangename kennismaking met elkaar én met de club”, aldus FC Utrecht’s Michel Renssen.

“Een top geregelde lunch en een mooie informele manier om beter bekend te raken met de club en de andere leden van de Business Club”, omschrijft Alexander de Jong, Partner bij Insight Real Estate, de activiteit. “Mooie ambities om volgend jaar met zo’n gezelschap in een Europese stad te zitten!”

Ook Michael Buttner, Operations Manager bij Racesquare, kijkt met een goed gevoel terug op de Nieuwe Leden Lunch. “Een warm welkom vanuit het hart!”



NETWERKEN IN DE HOOGSTE VERSNELLING

Liefst 120 Leden van FC Utrecht Business netwerken in oktober in de hoogste versnelling. Zij zijn van de partij bij het FC Utrecht Business-event dat wordt gehouden bij Racesquare in Utrecht, waar zij een volledige Formule 1-ervaring beleven door een race na te bootsen in high-end simulatoren.



Bij Racesquare in Utrecht gaan de FC Utrecht Business Leden in een vaart van meer dan 300 kilometer per uur over het rechte stuk, en dat zonder ook maar een centimeter te bewegen. In de simulatoren krijgen de ondernemers een echte Formule 1-ervaring.

Tussen de vrije trainingen, kwalificaties en races door is er natuurlijk volop de gelegenheid om te netwerken onder het genot van smaakvolle hapjes en drankjes.

“We kijken terug op een geslaagde eerste editie van het FC Utrecht Business-event bij Racesquare”, vertelt Indy van Sas, Accountmanager van FC Utrecht. “De mooie locatie van Racesquare bood een groep van 120 Leden van onze Business Club de kans kennis te maken met de wereld van het competitieve racen. De Leden doorliepen de klassieke fases van een Grand Prix-weekend: vrije training, kwalificatie en tot slot de race. Daarna werden de beste coureurs gehuldigd op het podium.”

“Wij zijn er trots op dat wij de Business Club van FC Utrecht mochten ontvangen”, zgt Michaël Buttner, Operations Manager van Racesquare. “Samen naar Pole Position!”

Erwin Meering, Advocaat bij Holla legal & tax, blikt terug op een geslaagd evenement. “Het was een mooie ervaring om aan het Racesquare-evenement van FC Utrecht Business deel te nemen. Hoewel ik net tweede werd, ben ik blij dat ik mijn Holla legal & tax-collega Gust Depla achter mij wist te laten. De organisatie was uitstekend en ik kijk nu al uit naar een rematch!”



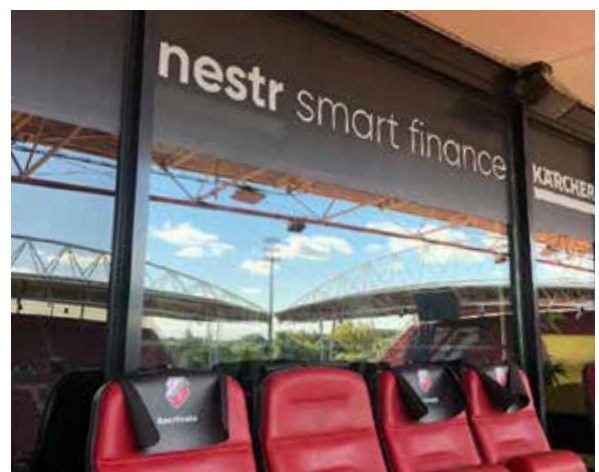
Geïnteresseerd in het financieren van vastgoed?

Voetbal en vastgoed. Twee zeer verschillende industrieën, maar met een grote overeenkomst: er gaat veel geld in om. Investeren in voetbal kan vaak echter alleen met grote bedragen. De markt van vastgoed is juist met een veel kleiner budget te betreden. Nestr helpt jou daarmee.

Nestr Smart Finance biedt vastgoedfinancieringen voor verhuurde woningen, combinatiepanden en commercieel vastgoed. Onze kenmerken? Lage maandlasten, persoonlijke service en een helder proces zodat je snel duidelijkheid krijgt over jouw mogelijkheden.

Wil je meer weten over het financieren van jouw vastgoed? Kom na afloop van de wedstrijd naar Skybox 4.06 en dan maken we kennis onder het genot van een hapje en een drankje, of neem contact op via onderstaande gegevens.

Kies Smart. Kies Nestr.



EERSTE HERFSTBORREL DRUKBEZOCHT

De eerste editie van de Herfstborrel van FC Utrecht gaat de boeken in als een uitermate succesvolle. Ruim 120 belangstellenden maakten tijdens de netwerkactiviteit, speciaal voor niet-leden van het zakelijke netwerk van FC Utrecht, kennis met elkaar en FC Utrecht Business.



Met een welkomstdrankje werden de bezoekers van de eerste Herfstborrel van FC Utrecht Business ontvangen in Stadion Galgenwaard. Nadat de eerste handen waren geschud en conversaties op gang waren gekomen, betrad Ron Jans het podium. De Hoofdtrainer van het eerste elftal van FC Utrecht gaf de ruim 120 aanwezigen een presentatie over het smeden van een team.

Ook de parate clubkennis van de aanwezige ondernemers werd getest. Daartoe was een heuse Mark van der Maarel Prijsvraag opgezet. De prijs? Een door Van der Maarel gesigeneerd limited edition-shirt.

Het laatste uur van de bruisende activiteit bestond naast netwerken ook uit rondleidingen door Stadion Galgenwaard. Zo kregen de belangstellenden direct een uniek kijkje achter de schermen bij FC Utrecht. De kers op de taart was de goodiebag die de bezoekers bij vertrek mee naar huis kregen, inclusief een voucher voor Businesskaarten.

“De Herfstborrel was zeer geslaagd en was de ideale gelegenheid om ons enthousiasme over de Business Club van FC Utrecht kenbaar te maken aan de aanwezigen”, zei Marco van

der Schilden, Senior Private Banker bij Van Landschot Kempens, dat de welkomstdrankjes mede mogelijk maakte. “Voor ons was het bovendien een mooie kans om meer over Van Landschot Kempens te vertellen en over wat wij als gespecialiseerde Wealthmanager voor succesvolle ondernemers kunnen betekenen.”





Snel. Flexibel. Kantoormeubilair op maat.

*Tijdelijk een extra werkplek nodig?
Op zoek naar meubels voor dat ene project?
Flexibele kantooroplossingen zonder gedoe?*

Madeko Rental Services heeft wat je zoekt! Wij bieden een breed assortiment aan kantoormeubilair dat perfect past bij jouw tijdelijke en permanente behoeften. En ja, we leveren snel. Super snel zelfs. Jouw kantoor, onze oplossing.



Waarom kiezen voor Madeko?

- **Supersnelle levering** – Wij zorgen dat je snel aan de slag kunt.
- **Flexibele huurperiode** – Huur zo kort of lang als je wilt.
- **Kwaliteit en comfort** – Van ergonomische bureaustoelen tot stijlvolle werkplekken.

Bel ons vandaag nog en ontdek hoe eenvoudig kantoorinrichting kan zijn.
Madeko Rental Services, jouw partner in werkplezier!



EVENTKALENDER 2024/2025

2 september 2024	Aftrap zakelijk seizoen BBQ & Spelerspresentatie
21 september 2024	Nieuwe leden lunch
30 september 2023	Summer Special: FC Utrecht – Willem II
24 september 2024	Nieuwe leden Lunch
oktober 2024	Netwerkontbijt
15 oktober 2024	Racesquare
8 november 2024	Back to the 80's: FC Utrecht – Heracles Almelo
13 december 2024	Skyboxdiner*
22 december 2024	Kerst: FC Utrecht – Fortuna Sittard
31 januari 2025	Peakz Padel
18 februari 2025	Holland Casino
februari 2025	Netwerkontbijt
8 april 2025	Chi Chi Golf
6 mei 2025	OFM. Sportcafé
6 juni 2025	NieuweStroom Golftoernooi**
n.t.b.	Buitenlandse Sponsorreis**
n.t.b.	Après-ski
n.t.b.	Utrege Middag

*

**

Event exclusief voor Executive Lounge en (Thema-)Skyboxen
Aan dit event zijn kosten verbonden



FC UTRECHT BUSINESS



Partner in aannemerij,
funderings- en
injectietechnieken

Uw partner voor mortelschroefpalen
van $\varnothing 300$ tot 600 mm,
lengte: tot 22,50 m'
materieel: tot 50 ton

En uw partner voor stalen buispalen

- Schroefinjectie
- Casing draaipaal.
- Heien



www.kroeze-beesd.nl



ZETPRO

ZETWERK PROFIELEN



KORTE LEVERTIJD
GEMAKKELIJK BESTELLEN
ZETWERK TOT 6 METER

SCHIMMINCK 18 5301KR ZALTBOMMEL
INFO@ZETPRO.NL | WWW.ZETPRO.NL



De nieuwe
advocaten



Als je bezig bent met de voorbereiding van de verkoop van je bedrijf, of je wilt je bedrijf laten groeien door middel van overnames, dan ben je bij JPR aan het juiste adres.

Bij JPR staan de persoon van de ondernemer en reden van de transactie centraal.

JPR adviseert én procedeert als sinds 1899 over commerciële zaken met ongeveer 35 gespecialiseerde advocaten.

Graag maken we kennis en bespreken de uitdagingen waar jij voor staat.

Neem contact op met:

Jesse Hartgring

Advocaat

06 18 13 25 63





FC UTRECHT SPELERS DAVID MIN & KEVIN GADELLAA SCOREN IN DE LOGISTIEK EN TECHNIEK

Zo snel mogelijk een goal scoren met een heftruck en zo strak mogelijk lassen? David Min en Kevin Gadellaa zijn de uitdaging bij FC Utrecht Werkt aan gegaan door bij verschillende bedrijven challenges tegen elkaar uit te voeren. Zijn ze geschikt zijn om in de logistiek of techniek te werken? Je ziet het in de content die online staat op de socials van FC Utrecht Werkt.



Leasen biedt vrijheid, investeren zonder je eigen liquiditeit te verminderen

Bepaal zelf de looptijd en ga direct aan de slag. Wat levert het jou op? Planningszekerheid, lage maandlasten en keuzevrijheid aan het einde van de huurperiode. Heb je specifieke wensen? Wij bieden maatwerkoplossingen die bij jou passen voor (bijna) alles, behalve auto's. Interesse? Neem contact op met Sander Werkhoven via swerkhoven@grenke.nl of +31 6 23 406 054.

Jouw voordelen

- Planbaar
- Persoonlijk
- Flexibel
- Up to date

grenke



Wat is FC Utrecht Werkt?

FC Utrecht Werkt is de arbeidsbemiddelaar van de voetbalclub FC Utrecht dat de verbinding legt tussen sponsors, supporters en bedrijven in de regio Utrecht. Wij helpen Utrechters aan hun ideale baan door inzet van ons grote netwerk in de regio Utrecht.

Welke challenges hebben de spelers gedaan?

In de video leggen de spelers zo snel mogelijk een parcours af op een heftruck bij BMN. Dit ging niet zonder slag of stoot, want onderweg waren er verschillende obstakels die niet onaangeraakt bleven. Aan het einde van het parcours stond een goal waarin ze moesten zien te scoren met de lepels van de heftruck.

Hierna verplaatsten de spelers zich naar het ROC waar ze bij de Tech Campus tegen elkaar hebben gelast. Hier ging het erom wie er het meest nauwkeurig en geconcentreerd was om de beste las te leggen.

Personeel gezocht?

FC Utrecht Werkt biedt de mogelijkheid om de businessclub te verbinden aan de werkzoekenden in de provincie Utrecht. Hiervoor heeft FC Utrecht Werkt verschillende logistieke en technische functies openstaan.

Is jouw bedrijf ook op zoek naar extra personeel? Neem dan contact op of spreek ons aan tijdens een van de wedstrijden van FC Utrecht. Bij FC Utrecht Werkt kijken we verder en gaan we een duurzame relatie aan voor de lange termijn om jouw bedrijf te voorzien in personeel. Ontdek de mogelijkheden en neem contact op via onze website: <https://www.fc utrecht werkt.nl/>

Speciale dank gaat uit naar BMN bouwmaterialen en ROC Midden-Nederland voor het beschikbaar stellen van de locaties en het materiaal. Ook willen we David Min & Kevin Gadellaa nogmaals bedanken voor hun inzet en enthousiasme!



www.fc utrecht werkt.nl



FC UTRECHT
WERKT

Joost Kooistra | FC Utrecht Werkt
Accountmanager
+31 6 45272164

joost@fc utrecht werkt.nl
www.fc utrecht werkt.nl

SCOOR MET PERSONEEL



FC Utrecht fan met mobiliteitshart Welkom bij Pon Center

Bij Pon Center gaat ons hart sneller kloppen van mobiliteit. Vanuit deze passie maken we er graag een sport van om voor jou de ideale vervoersoplossing te vinden. Of je nu op zoek bent naar een personenauto, bedrijfswagen, leasefiets óf een op maat gemaakt mobiliteitsplan voor jouw onderneming. We zien je graag in een van onze vestigingen in het hart van het land.

Official mobiliteitspartner van FC Utrecht

poncenter.nl

PonCenter

mobiliteit vanuit het hart



SKODA



Bedrijfswagens



GASSAN DIAMONDS EN FC UTRECHT

GASSAN Diamonds werd in 1945 opgericht door Samuel GASSAN, de grootvader van de huidige president-directeur. Het hoofdkantoor is gevestigd in een gerenoveerde, van oudsher stoom aangedreven diamantslijperij, gebouwd in 1879. De focus destijds lag voornamelijk op groothandel in diamant. Later werden de activiteiten uitgebreid op (travel) retailgebied en heeft GASSAN nu diverse vestigingen en boutiques in onder andere Amsterdam.



In 2013 werd het bedrijf uitgeroepen tot 'Beste Familiebedrijf van Nederland'. CEO Benno Leeser staat aan het roer. Een deel van de aandelen is overgedragen aan dochter Debora Leeser en zoon David Bijlsma, tevens werkzaam in het bedrijf, net als inmiddels al leden van de vijfde generatie. Naast het zijn van een 100% familiebedrijf, noemt Benno Leeser als belangrijkste facetten het verlenen van optimale service en kwaliteit. Sport in zijn algemeenheid, maar met name voetbal staat bij GASSAN en de familie zeer hoog in het vaandel:

"GASSAN zie je inmiddels terug bij vele voetbalclubs en is tevens de officiële 'Celebration partner' van de KNVB. Ook hier zijn wij heel trots op. Sinds de Covid pandemie is er bij GASSAN veel veranderd. Zo is de diamantfabriek totaal vernieuwd en heeft het een andere naam gekregen die beter bij de huidige situatie past, nl. HOUSE of GASSAN. Voor de coronacrisis ontvingen wij hier 400.000 bezoekers op jaarbasis, van over de hele wereld. Tijdens de pandemie liep dit aantal terug naar slechts 20.000 en voor de toekomst geldt dat wij nooit meer boven de 200.000 zullen komen. Dit komt voort uit het feit dat wij op het gebied van toerisme een duidelijke stap omhoog hebben gezet qua doelgroep. Dit

Marne
SINDS 1895

schepje er bovenop?

met marne.



Ontdek de lekkerste kerst-
recepten met Marne mosterd



neemt echter niet weg dat nog altijd prachtige betaalbare horloges en juwelen te koop zijn, dat begint bij bijvoorbeeld Tissot en qua sieraden met ons eigen merk Gigi by GASSAN.

In HOUSE of GASSAN zijn ook onze andere mooie huismerken te vinden: de unieke diamantslijpvorm GASSAN 121, Choices by DL, GASSAN Vintage, GASSAN pre-owned en het inmiddels in de voetballerij bekend geworden merk TROPHY BY GASSAN. Een bezoek aan HOUSE of GASSAN in het centrum van Amsterdam is dan ook meer dan de moeite waard, met tevens de mogelijkheid om op eigen terrein gratis te parkeren. Ook kan ons pand met de rondvaartboot bereikt worden, door de unieke ligging aan het water. Een ware experience, goed te combineren met een bezoek aan onze hoofdstad.

In 2023 hebben wij GASSAN Rotterdam aan de Meent in de Maasstad geopend. Inmiddels worden wij verrast door het feit dat wij ook daar aan toeristen uitstekend verkopen. Dit laatste vindt zijn oorsprong in het feit beleid van Amsterdam ten opzichte van de cruises, welke aantallen men minimaal wil halveren.

Meer recent is GASSAN Eindhoven geopend. Hierdoor hebben wij meer landelijke dekking en zijn wij minder travel retail georiënteerd. Dit neemt echter niet weg dat GASSAN nog altijd met een flink aantal verkooppunten op zowel Changi airport als op luchthaven Schiphol vertegenwoordigd is. Onlangs is onder andere de horloge- en juwelenboutique in lounge 1 op Schiphol

verbouwd, waarin tevens een mooie Rolex corner en Omega corner gerealiseerd wordt. Daarnaast zijn wij trots op onze nieuwe Swatch boutique in deze lounge. Bijzonder is dat wij daar speciale gelimiteerde Swatch modellen mogen verkopen, unieke stukken die in samenwerking met andere Swatch Group merken zijn ontworpen. Het is uniek dat wij dit als enige retailer op een luchthaven mogen doen.

Alle verbouwingen hebben plaatsgevonden om de GASSAN corporate identity voor iedereen duidelijk herkenbaar te laten zijn en het geeft weer waar GASSAN voor staat. Qua voetbalsponsoring, ontvangen wij graag de business club leden van de diverse clubs alsmede de spelersgroepen; een bezoek aan HOUSE of GASSAN omvat een stuk educatie op het gebied van diamant maar ook een uitstekende weergave van de meest trendy horloge- en juwelencollecties.

Blij zijn wij om al jarenlang een meer dan uitstekende samenwerking met FC Utrecht te hebben. FC Utrecht is een mooie club, met de fanatieke Bunnikside erachter. In het verleden werd in de Galgenwaard zelfs omgeroepen dat GASSAN de extra tijd aanbood. Nu staan we zowel op het wisselbord en telt GASSAN de laatste 30 seconden van zowel de eerste als tweede helft af. De business club bezoekt ons regelmatig en ook hier zijn wij dankbaar voor.

Wij kijken uit naar nog vele succesvolle en sportieve jaren met elkaar!"

▼ Lezer: "FC Utrecht is een mooie club, met de fanatieke Bunnikside erachter."





Wij transformeren bedrijven door het optimaliseren van de klantbeleving of zoals ze het ook wel noemen de ideale klantreis. Met **coaching, trainingen, opleidingen, mystery guests bezoeken** en **conversie trainingen** zetten we de klant centraal en krijgt uw bedrijf een positieve boost in waar het echt om draait. Samen streven we naar succesvolle interacties met elke klant met als gevolg **verbinding, vertrouwen** en **succes**. Het uiteindelijke resultaat is dat klanten **langer klant blijven, meer afnemen, vaker afnemen** én **ambassadeur worden** van uw bedrijf of product. De resultaten uit het verleden variëren tussen de **30% en 124% groei (omzet)** in het eerste jaar.



Wil je dat wij een keertje langskomen voor een vrijblijvend gesprek? Neem contact op met **Remi Kegel (06-50572604)**. Voor meer informatie kijk op www.hetklantengeluk.nl.

DE BESTE
MERKEN VERDIENEN
DE BESTE SERVICE



Voor verkoop en
onderhoud van




WILLEM CORNELISSEN
automotive

DOWNLOAD ONZE APP



Available on the
App Store

GET IT ON
Google Play





AFSCHEIDSWEDSTRIJD MARK VAN DER MAAREL

‘Beste supporters. Ik heb de knoop doorgehakt. Na dit seizoen stop ik met voetballen.’

Met die woorden brengt Mark van der Maarel in een video op 15 maart van dit jaar zelf de boodschap: zijn carrière loopt ten einde. Een gegeven dat de clubman bepaald niet in de koude kleren gaat zitten. “Het hoge woord is eruit. Iets waar ik al lang mee worstel. Ik vind het moeilijk, maar ik denk dat het de juiste beslissing is om na dit seizoen te stoppen”, zegt Van der Maarel in een afscheidsinterview.



Het doet wat met iedereen die FC Utrecht een warm hart toedraagt, het feit dat Van der Maarel stopt. Want kom er in het moderne voetbal nog maar eens om: iemand die zijn hele loopbaan voor één club speelt, en tot een totaal komt van 397 wedstrijden in de Eredivisie namens die ene club. Dat is een zeldzaamheid. Mark van der Maarel is een zeldzaamheid.

Een bijzonder clubicoon verdient een bijzonder afscheid, en dat is wat Van der Maarel krijgt. Op zondag 8 september zijn ruim 16.000 toeschouwers getuige van een duel tussen twee door Mark van der Maarel samengestelde teams, bestaande uit oud-teamgenoten, familie en vrienden van het afzwaaiende clubicoon. Team 1, gecoacht door Erik ten Hag en Rick Kruys, wint uiteindelijk met 2-1 van het door Ton du Chatinier, Jan Wouters en Robby Alflen geleide Team 2. De maker van het winnende doelpunt? Precies: die naam laat zich raden. Mark. Van. Der. Maarel!

In de zestigste minuut van de match, waarin één van de twee teams speelt in unieke Mark van der Maarel-shirts die in



Geef voor onderzoek
op spierfonds.nl
of scan de QR-code

Stop de achteruitgang

Gisteren kon Michelle haar dochter nog zelf naar bed brengen. Door haar spierziekte gaat ze elke dag achteruit.

Prinses Beatrix
Spierfonds

Algemeen Nut
Beogende Instelling
ANBI





no-time zijn uitverkocht, krijgt Van der Maarel een publiekswissel. Zijn voormalig ploeggenoten, familie en vrienden vormen een erehaag, Van der Maarel loopt naar de kant van het veld. Voor de aller-, allerlaatste keer. Wat een moment. Wat een icoon. Mark van der Maarel!

“Ik heb het geprobeerd te omarmen. Ook dat het gek ging zijn, ongemakkelijk ging zijn”, aldus Van der Maarel over het zijn van het middelpunt van de belangstelling. “Toen ik door die erehaag liep, dat al die mensen er stonden, mijn

gezin me opwachtte en ik besepte ‘Dit is het’, toen moest ik wel even slikken.”

“Het is een hele reis geweest”, spreekt Van der Maarel in het drukbezochte Stadion Galgenwaard. “Als ik zie waar die toe heeft geleid, met jullie hier allemaal in het stadion, iedereen die op het veld staat en de hele organisatie: dan is dit voor mij de ultieme kroon op mijn carrière.”

Een nieuwe loopbaan is voor Van der Maarel inmiddels begonnen. De verdediger van weleer werkt tegenwoordig op kantoor bij FC Utrecht, waar hij de club in alle facetten leert kennen.





Aangenaam,

WIJ ZIJN CONCLUSION

Je kent ons natuurlijk van de iconische toren naast Stadion Galgenwaard. Conclusion helpt organisaties duurzaam en verantwoord digitaal te transformeren. Als hoofdsponsor bundelen we onze krachten met FC Utrecht om vanuit het hart, nog meer maatschappelijke impact te maken.

Twee clubs, één straatnaam en hetzelfde doel: Presteren op het allerhoogste niveau én de wereld een stukje mooier maken.

Lees meer over ons partnership

