

Teksten voor Overijssel in Beeld / Brinkman Publishers 2010

ABBOTT Laboratories B.V. Zwolle

Trots en zorgvuldig

Trots en zorgvuldig. Met dat motto produceert Abbott Laboratories B.V. in Zwolle wekelijks zo'n vijf miljoen eenheden voedingsproducten voor de medische sector. Trots, want het bedrijf groeit en bloeit sinds jaar en dag. En zorgvuldig, omdat de doelgroep bestaat uit zeer kwetsbare mensen met uiteenlopende ziektes. Abbott Laboratories B.V. is onderdeel van het Amerikaanse Abbott en levert haar producten over de hele wereld.

Het bedrijf startte in 1960 bijna recht onder de Zwolse Peperbus met de vervaardiging, verpakking en distributie van Similac-poeder voor en naar markten in Europa en het Midden-Oosten. Abbott Laboratories B.V. verhuisde in 1963 naar een locatie, destijds 'ver buiten de stad', maar Zwolle groeide om het bedrijf heen, waardoor het zich inmiddels allang weer binnen de bebouwde kom bevindt. In 1969 werd begonnen met de productie van vloeibare producten om tegemoet te komen aan de vraag van ziekenhuizen. Momenteel worden er meer dan dertig verschillende voedingsproducten voor volwassenen en kinderen vervaardigd. Bij het bedrijf werken 440 mensen, waarvan ongeveer 300 mensen in uiteenlopende ploegendiensten. Abbott Laboratories B.V. is marktleider in een vijftiental landen.

'We maken zeer specialistische producten voor de medische sector', legt General Manager Rinse Valk uit. 'Het betreft voeding voor mensen met specifieke ziektes, van Alzheimer via diabetes tot oncologische ziekten en alles wat zich daartussen en omheen bevindt. Daarnaast maken we voeding op sojabasis voor baby's met een koemelkallergie. Onze klanten zijn zeer kwetsbaar, dus bij de productie van dergelijke voeding komen heel veel onderzoeks- en veiligheidsaspecten kijken.' Zorgvuldigheid is troef. Het credo van Abbott is dat de patiënt centraal staat. 'Wij redeneren vanuit diens problematiek, daar draait alles om. En het betreft dus mensen van nul tot honderd jaar.'

Abbott Laboratories B.V. moet met de meest uiteenlopende richtlijnen en wensen rekening houden. 'We maken bijvoorbeeld glutenvrij, lactosevrij en antiallergeen voedsel, maar ook koosjer voedsel dat niet op sabbat verpakt mag worden, en halal voedsel dat aan strenge regels moet voldoen', vertelt Valk. 'Geen enkel product dat in Amerika is bedacht, kan hier verkocht worden, omdat de Europese regelgeving veel strenger is. Daarnaast zit je ook met de verschillen in smaak per land. In Europa eet men bijvoorbeeld veel minder zoet dan in Amerika. Kortom: van elk voedingsproduct bestaan wel twintig soorten. Dat is het gevolg van het feit dat we mondiaal opereren.'

De voedingsindustrie blijft zich voortdurend ontwikkelen. 'En wij ontwikkelen mee', zegt Valk. 'Wij houden ons voortdurend bezig met capability management: stel je de vraag wat er over een aantal jaar nodig is en probeer daarop in te spelen. We hebben te maken met vergrijzing, gewichtstoename, groei van het aantal diabetici. Dit soort gegevens zijn voor ons van groot belang dus daar houden we rekening mee.' Abbott blijft innoveren en investeren. 'We hebben een bloeiend toekomstperspectief. Er staat een nieuw product op het programma, de productielijnen moeten aangepast en er wordt geautomatiseerd. De eindproducten worden niet langer met heftrucks afgevoerd, maar met automated guided vehicles, AGV's. Een dergelijke investering komt de veiligheid, de zorgvuldigheid en dus het rendement ten goede.' Daarnaast breidt Abbott Laboratories B.V. de opslagruimte voor

binnenkomende goederen uit. 'Andere fabrieken van Abbott kijken altijd zeer nieuwsgierig naar alles wat hier gebeurt. Wij zijn op het gebied van innovatie zeer vooruitstrevend en dus toonaangevend.'

'Zo af en toe bezoek ik wel eens een leukemie behandelcentrum', vertelt Valk. 'Uit gesprekken met geneesheren-directeur blijkt dat de overlevingskansen van jonge patientjes door zorgvuldige medische therapie gecombineerd met goede voeding in de loop der jaren zijn vergroot. Kijk, daar dragen wij een steentje aan bij met onze producten. Als je dat beseft, weet je weer waarvoor je het doet.'

Addcomp Nijverdal

De onontbeerlijke korrels van Addcomp

'We leveren gewoon korrels' zegt directeur Jan Tjihuis van Addcomp in Nijverdal bescheiden. Maar wat voor hem 'gewoon korrels' zijn, is voor vele afnemers het ei van Columbus. Addcomp produceert en ontwikkelt additieven voor polymeren, oftewel korrels die de eigenschappen van de stof waaraan het wordt toegevoegd op de gewenste manier veranderen. Zo onttrekken de antivochtkorrels vocht aan de omgeving. De langeduur/hittebestendige korrels zorgen ervoor dat bijvoorbeeld een bodemplaat van een auto een autolevenlang meegaat. Er zijn brandwerende korrels, anticondenskorrels, kleurkorrels, geurkorrels, UV-bestendige korrels, korrels die de buigzaamheid bevorderen en nog veel meer. Het bedrijf heeft ongeveer 750 recepturen ontwikkeld waarvan er momenteel 100 geleverd worden. De klant roept, Addcomp ontwikkelt en produceert.

'In de loop der tijd hebben we veel ervaring opgedaan', zegt Tjihuis. 'Onze recepturen worden kwalitatief steeds beter en tegelijkertijd goedkoper voor de klant.' De oprichter van Addcomp is meer een uitvinder dan een scheikundige. 'Het is een kwestie van feeling, intuïtie, ervaring en veel, heel veel testen', legt hij uit. 'Daarbij moet je aan twee dingen denken. Enerzijds moet je bepalen wat de ingrediënten zijn, anderzijds moet je ervoor zorgen dat het mengt met de stof waaraan het toegevoegd gaat worden.' Addcomp heeft vier productiemachines die door het bedrijf zelf zijn gebouwd.

Addcomp groeit explosief. Steeds meer bedrijven in binnen- en buitenland weten de korrelleverancier in Nijverdal te vinden. In elf jaar tijd is het bedrijf uitgegroeid tot modern bedrijf met een spiksplinternieuw bedrijfsgebouw en veertig medewerkers; de omzetstijging vormde de laatste jaren een bijna steile lijn omhoog. En het eind van de groei is nog lang niet in zicht. Overwogen wordt om niet alleen in Amerika actief te verkopen, maar ook te gaan produceren. Daarnaast denkt Tjihuis aan capaciteitsuitbreiding in Nijverdal. 'We zijn een flexibel bedrijf dat inspeelt op de wensen van de klant', zegt de directeur. 'Men weet ons dan ook steeds beter te vinden.'

Evenementenhal Hardenberg

Een bedrijf met een ziel

Evenementenhal Hardenberg is dé locatie in het noorden voor all-in vakbeurzen en evenementen, maar ook voor vergaderingen, feesten en congressen. Met 40.000 m2 expositieruimte en bijna 200 enthousiaste medewerkers biedt de locatie een optimale gelegenheid om te ontmoeten, te netwerken en de klantenkring uit te breiden. En dat gebeurt op een gemoedelijke, betrokken en klantgerichte 'Van der Most-manier'. 'Ons bedrijf heeft een ziel', verklaart directeur Herman van der Most.

'Er is maar één locatie in het noorden en dat is Hardenberg', zegt Van der Most. 'We hebben een uniek concept en een team dat alles kan. Wij doen niet moeilijk. Moet er wat gebeuren, dan wordt het geregeld. Van de parkeerplaats tot de catering, van de verlichting tot het verzenden van uitnodigingen. Wij willen het voor bedrijven zo makkelijk mogelijk maken om op een beurs te staan en toch de prijs zo laag mogelijk te houden.' En dat lukt. Evenementenhal Hardenberg is jaarlijks volgeboekt. Ter illustratie van de vele mogelijkheden een greep uit de uiteenlopende vakbeurzen: Grafische Vakbeurs & Vakbeurs Sign, Vakbeurs Vlees, Vis, Wild en Gevogelte, Meubel Vakbeurs, Vakbeurs Uiterlijke Verzorging, Kampeer Totaal en Rundvee Relatiedagen. Ook Evenementenhal Gorinchem, dat ook onder Evenementenhal Holding B.V. valt, draait uitstekend. 'Als je als bedrijf in de picture wil staan, moet je op de vakbeurs van jouw branche staan', zegt Van der Most. 'Onze evenementen zijn gericht op netwerken en contacten leggen. Wij regelen dat het perfect gaat. Dat kunnen we, omdat onze lijnen kort zijn. Als er voor een paardenevenement nog 400 kuub zand moet komen, dan hoeven we daar niet oeverloos over te vergaderen of het probleem voor te leggen aan Jan en alleman, dan regelen we dat gewoon meteen. Ik zal nooit zeggen: daar kom ik op terug. Als er in een hal een waterleiding knapt, dan springen alle medewerkers bij om te vragen of er hulp nodig is, in plaats van dat men wel denkt dat een ander het oplost. Kijk, ons bedrijf heeft een ziel. De mensen die hier werken zijn vuurvreters, zij verdiepen zich in wat de klant wil, zij zijn creatief, houden van een uitdaging, hebben overtuigingskracht: ze geloven in de kracht van onze filosofie en kunnen dat overbrengen.' Die filosofie is simpel, maar bijzonder effectief: perfecte service, gastvrij, korte lijnen, dynamisch en tegelijkertijd gemoedelijk en betrokken. 'En dan is het aan de standhouder om het áf te maken. Zij zorgen voor de finishing touch. Als je achter in je stand gaat zitten, gebeurt er natuurlijk niks.'

De filosofie van Evenementenhal Hardenberg werkt. Het aantal deelnemers aan de verschillende evenementen in Evenementenhal Hardenberg groeit en het aantal evenementen ook. 'Daarom zijn we nu bezig met het bouwen van een nieuwe hal van 130 bij 55 meter', vertelt Van der Most. 'Bovendien gaan we hiernaast een hotel bouwen met 226 kamers. Dat wordt de kroon op mijn werk.' Herman van der Most is de bruggenbouwer. De man die de contacten legt, die luistert naar wat de mensen willen en dat in de praktijk brengt. 'Ik bemoei me overal mee en laat mijn gezicht op elke beurs zien en bij elk evenement, ook de Vlooiemarkt op de zondag', zegt hij. 'Zo hou je feeling met je klanten en ook met je medewerkers.' Van der Most is trots op het bedrijf. Maar het meest trots is hij op zijn medewerkers. Evenementenhal Hardenberg biedt werkgelegenheid aan bijna 200 mensen. 'Zij zorgen dat het allemaal kan gebeuren. Ik bevind me in de frontlinie, ik loop rond, haal klanten en evenementen binnen, en mijn medewerkers zijn mijn back-up, zij voeren alles uit. En als het nodig is huren we er op een dag 200 uitzendkrachten bij in.' Evenementenhal Hardenberg is geen RAI of Jaarbeurs. 'Maar dat willen we ook niet zijn. Groot is uit, klein maar fijn is in. Door de kleinschaligheid kunnen wij ons onderscheiden in excellente kwaliteit.'

Groene Land Achmea

Voor een steeds betere kwaliteit en toegankelijkheid van de zorg

De naam Achmea is afgeleid van de plantennaam Aechmea. Een bromelia die groeit op eigen kracht en haar omgeving voedt, net zoals de verschillende divisies van Achmea en het merk Groene Land Achmea met hun producten en diensten doen. Groene Land Achmea behoort met Zilveren Kruis Achmea, PWZ Achmea, Avéro Achmea, Interpolis, FBTO en Agis tot de zorgmerken van Achmea. Groene Land Achmea, Zilveren Kruis Achmea en PWZ Achmea zijn gebundeld in de divisie Zorg, die geconcentreerd is in Zwolle, Noordwijk en Leiden. Achmea is met ongeveer 4,7 miljoen klanten in het zorgsegment marktleider in zorgverzekeringen. In totaal werken zo'n 22.000 mensen voor Achmea, waarvan 2.400 bij Achmea Zorg. De Zwolse vestiging heeft ongeveer 1.100 medewerkers. Achmea Nederland maakt deel uit van koepelorganisatie Eureko, een financiële dienstverlener met ondernemingen in tien Europese landen.

“Achmea Ontzorgt” is de gemeenschappelijke ambitie van alle merken en diensten van Achmea in Nederland. Op het gebied van veiligheid, gezondheid, vitaliteit, geld voor later, arbeidsparticipatie, bedrijfscontinuïteit en arbeidsvoorwaarden, wil Achmea haar klanten zorg uit handen nemen. ‘Waar ik in geloof dat is dat wij als zorgverzekeraar een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het feit dat mensen veel meer zelfstandig en individueel hun keuze kunnen gaan maken wanneer ze een zorgbehandeling nodig hebben’, zegt Commercieel Directeur Arné van den Boom. ‘Via zorgbemiddeling kunnen we mensen veel beter helpen op een weg die op dit moment nog moeizaam is. Wij willen dat het voor elke Nederlandse burger duidelijk wordt wat de kwaliteit is van de zorg die ze nodig hebben. Die omslag naar zelfstandig keuzes maken inspireert mij.’ De Nederlandse zorg is volgens Van den Boom van goede kwaliteit. ‘Wij willen mensen echter bewust maken van het feit dat je ook vragen mag stellen aan een dokter. Dat je mag vragen waarom bepaalde behandelingen uitgevoerd worden en of dat volgens de protocollen gebeurt die binnen de beroepsgroep zijn afgesproken. Dat zijn relevante vragen die de mensen gelukkig al steeds meer gaan stellen en wij willen dat graag nog meer stimuleren. Dat doen we door in samenwerking met de zorgsector de kwaliteit te verbeteren en toegankelijker, transparanter te maken.’

‘De komst van de basisverzekering heeft er mijns inziens toe geleid dat mensen veel bewuster met de zorg omgaan’, zegt Van den Boom. ‘Op deze wijze zien zij dat zorg heel veel geld kost en dat we er belang bij hebben dat die kosten beheersbaar blijven. We willen verantwoord omgaan met de hoge rekening die elke maand betaald wordt, want een ziektekostenverzekering is toch een grote hap uit het gezinsbudget. Het is de prijs die we betalen om de zorg ook over tien jaar betaalbaar te houden, wanneer de beroepsbevolking met een kleine miljoen is afgenomen.’

Achmea Zorg is marktleider, maar de concurrentie is stevig. ‘Het is goed dat er marktprikkels zijn’, stelt Van den Boom. ‘Mede hierdoor heeft de branche zich de afgelopen jaren uitstekend ontwikkeld. Bij Achmea Zorg kunnen wij stellen dat van de 100 euro premie die de mensen betalen ruim 99% ook daadwerkelijk onze organisatie weer uitgaat en wordt betaald aan doktersrekeningen. Wat naar mijn mening echter nog te langzaam gaat is de liberalisering van de zorg zelf: op het gebied van efficiëntere bedrijfsvoering van de zorginstellingen zouden wat meer marktprikkels uitstekend zijn en tot grote verbeteringen kunnen leiden. Daar ben ik heel optimistisch over.’ De visie dat mensen in toenemende mate kunnen kiezen voor goede kwaliteit, service en efficiency van de zorginstellingen is een gedeelde visie van Achmea Zorg. ‘Die visie is niet alleen mijn eigen persoonlijke drijfveer, maar de collectieve visie van alle medewerkers. Alle neuzen staan dezelfde kant op. Daar hebben we heel

hard aan gewerkt en dat werpt z'n vruchten af. De grote betrokkenheid bij de zorg is kenmerkend voor onze organisatie.'

Grooten Management Support

De spin in elk web

Het is het kleinste bedrijf van Borne, zei ooit een Bornse wethouder: Grooten Management Support. Maar zeker een van de leukste en stellig een van de handigste voor bedrijven die tijdelijk secretariële ondersteuning nodig hebben of die het secretariaat geherstructureerd willen hebben. 'Ik ben freelance officemanager', vertelt Heidi Grooten van het eenmansbedrijf. 'Ik kan invallen wanneer een directiesecretaresse ziek is. Dan zorg ik dat alles goed loopt en er een panklaar schema ligt wanneer de vaste secretaresse weer terug komt. Maar ik kan bijvoorbeeld ook invallen als interim hoofd secretariaat van de afdeling communicatie van een grote gemeente. Het flexibel, snel en allround inspringen in steeds weer nieuwe situaties vormt voor mij de uitdaging.' Grooten heeft een uitgebreid netwerk. 'Als ik zelf niet beschikbaar ben, weet ik altijd een geschikt iemand te vinden.' Grooten Management Support is dan ook met recht 'de spin in elk web'.

Aannemingsmaatschappij Hegeman B.V. Nijverdal

Voortdurend scherp op alle disciplines

Verzorgings- en verpleegtehuizen, scholen, kantoren, appartementencomplexen met winkels, woningen en ondergrondse parkeergarages, kerken, hallen, agrarische bedrijven en fabrieken: je kunt het zo gek niet bedenken of Aannemingsmaatschappij Hegeman B.V. in Nijverdal bouwt het. En daarin zit, samen met de in meer dan tachtig jaar opgebouwde ervaring, de kracht van het in 1927 opgerichte bedrijf. Inmiddels is de vierde generatie werkzaam binnen de volledig zelfstandige familieonderneming. In 1959 kwam de eerste grote order van 1 miljoen gulden, het gymnasium te Oldenzaal. Tegenwoordig zijn projecten als de Scholingsboulevard in Enschede, met een aanneemsom van 24,8 mln. euro, geen uitzondering.

'We zijn sterk in de breedte', zegt directeur Frank Hegeman. 'We bestrijken de hele markt, zowel regionaal als landelijk. Daarbij richten we ons op woning- en utiliteitsbouw, zowel nieuwbouw als renovatie. Ook richten we ons op het in eigen beheer ontwikkelen van locaties en op de agrarische sector sinds Jansman Bouwgroep uit Luttenberg onderdeel van onze organisatie uitmaakt. We hebben opdrachtgevers in de zorgsector, het onderwijs, overheden en ook particulieren, we zijn allround.' Bij het selecteren en aannemen van projecten wordt dan ook zorgvuldig gelet op die variëteit. 'Door steeds uiteenlopende opdrachten aan te nemen, ongeacht omvang en complexiteit, blijf je als bedrijf scherp op alle disciplines.' De beste acquisitie is de kwaliteit die te zien is in de gerealiseerde projecten, stelt Hegeman. 'Opdrachtgevers komen vaak weer bij ons terug. Dat komt ook omdat een familiebedrijf met een lange geschiedenis betrouwbaarheid uitstraalt. Wij hebben nauwelijks personeelsverloop: een leerling stroomt in en neemt afscheid met de VUT. Onze medewerkers kennen het bedrijf door en door en hebben aan een half woord genoeg. Zij zijn trots op hun bedrijf en wij zijn trots op hen. Een ander voordeel is dat we geen externe aandeelhouders

hebben aan wie we verantwoording hoeven af te leggen. Wij nemen onze eigen beslissingen en kunnen daardoor snel werken en op de markt inspelen.'

Projecten worden efficiënt voorbereid en uitgevoerd; het ontwerpen en detailleren van de uitvoeringsmethodieken en constructies vindt plaats onder eigen dak. In de KOMO gecertificeerde timmerfabriek en de prefabricagehal voor bekistingen wordt voor eigen gebruik geproduceerd. Het bedrijf beschikt over een werkplaats voor onderhoud en service van materieel, magazijnen en opslagterreinen, en een goed geoutilleerd, modern kantoor. Bij Aannemingsmaatschappij Hegeman B.V. werken 185 mensen plus de 80 mensen die bij Jansman in Luttenberg werken. 'Wij stellen de ontwikkeling van medewerkers voorop', zegt Hegeman. 'We bieden hun eigen verantwoordelijkheid, een grote mate van inspraak en duidelijke opleidingsplannen.' Er worden permanent stageplaatsen voor verschillende afdelingen beschikbaar gesteld, bijvoorbeeld werkvoorbereiding, uitvoering, administratie en secretariaat. Ook zijn trajecten als duaal afstuderen (werken en leren) voor zowel MBO als HBO studies mogelijk. De leerlingen worden begeleid door speciaal opgeleide en erkende leerbegeleiders.

'Als aannemingsbedrijf merken we schommelingen in de economie meteen. Als het daar slechter mee gaat, merk je dat meteen in de woningbouw en de kantorenmarkt. Omdat wij zo breed georiënteerd zijn, hebben we minder last van recessies. We richten ons gewoon op andere markten voor continuïteit. Op die manier blijf je alert en overal goed in. Dat is ons beleid. Je kunt stellen dat ons bedrijf een goed geoliede organisatie is, zowel in de prijsvorming als in voorbereiding en tijdens de uitvoering, waarbij de medewerkers flexibel en deskundig hun taken vervullen', zegt Hegeman. Want kwaliteit staat bij Aannemingsmaatschappij Hegeman B.V. voorop.

Loohuis Communicatie & Beveiliging Fleringen

'Wij willen dat de klant op de beste manier z'n werk kan doen'

Loohuis Communicatie & Beveiliging in Fleringen (Tubbergen) is een van de oudste bedrijven op het gebied van telecommunicatie. En vanaf de start in 1987 ook een van de meest vooruitstrevende. Al voordat andere bedrijven op het idee kwamen om te gaan concurreren met de PTT, en al vóór diens privatisering in 1989, sloot Loohuis eigen telefooncentrales aan bij klanten. 'Ik was nog in mijn eentje destijds', vertelt directeur Henry Loohuis. 'Ik haalde de materialen uit het buitenland en paste zelf de software aan voor Nederlandse instellingen'. Vooruitstrevend is Loohuis altijd gebleven. 'Deze branche is voortdurend in ontwikkeling, je moet weten wat er speelt, waar de markt naar toe gaat en een goede inschatting kunnen maken van welke ontwikkeling het gaat worden en waarom. En daarbij moet je ook nog rekening houden met de Nederlandse markt, die heel anders is dan de Amerikaanse of Engelse bijvoorbeeld. Nederlanders worden er al gauw flauw van als ze een keuzemenu krijgen voordat ze iemand aan de telefoon krijgen, terwijl dat elders vrij normaal is. Je moet dus ook inspelen op de cultuur.'

Die voortdurende ontwikkeling is wat Loohuis het meest aanspreekt. 'Die constante verandering vormt voor mij de uitdaging', zegt Loohuis. 'Er gebeuren heel interessante dingen momenteel. Alle verschillende vaste nummers, 06-nummers, en doorkiesnummers en e-mailadressen gaan verdwijnen. Iedereen krijgt één adres waarmee je kunt kiezen of je iemand telefonisch wilt spreken, of je met hem wilt mailen of chatten en dergelijke. Daarbij kun je op het keuzeschermpje dan meteen

zien of de persoon die je wilt bereiken beschikbaar is of in een meeting zit en tot wanneer. Waarbij je dan kunt bepalen of je de voicemail inspreekt of een mailtje stuurt. Je kunt instellen voor wie je bereikbaar wilt zijn en tot wanneer, je kunt altijd zien waar iemand is als hij dat wil, de mogelijkheden zijn legio. Dat is de trend: Unified Communications, waarbij vaste en mobiele telefonie geïntegreerd wordt en de Internet Protocol aansluiting de basis vormt. Het interesseert niemand meer hóe de verbinding tot stand komt, áls die maar tot stand komt.' Ook de hosted VoIP oplossing is in opkomst, de telefooncentrale op afstand. 'De vraag naar het ASP-model groeit', vertelt Loohuis. 'Daarmee hoef je als bedrijf zelf geen software meer te installeren of te onderhouden, dat gebeurt op afstand, in constant bewaakte datacenters. Dat betekent geen grote ICT-ruimtes meer en veel minder systeembeheer.'

Bij Loohuis Communicatie & Beveiliging werken 45 mensen op vijf locaties in Fleringen, Deventer, Zwolle, Enschede en Hardenberg. Op het gebied van communicatie biedt Loohuis IP-oplossingen, integratie vast/mobiel, presence & collaboration, en netwerken & narrowcasting. Het bedrijf is gespecialiseerd in bekabelingsinfrastructuren, netwerkinfrastructuren, en ook in inbraakbeveiliging, brandmeldsystemen, toegangscontrole en cameraobservatie. 'De brandbeveiliging kende een grote opleving na de rampen in Enschede en Volendam', vertelt Loohuis. 'Tegenwoordig groeit de cameraobservatie enorm.' Loohuis Communicatie & Beveiliging is een kennisbedrijf. 'Wij doen aan scholing en kennisopbouw, niet aan bulk', zegt Loohuis. 'Wij zijn niet constant bezig met abonnementtjes en verkopen bijvoorbeeld ook geen mobieltjes. De jongens hier hebben een broertje dood aan het uitpuzzelen van facturen om te kijken waar het een dubbeltje goedkoper is. Als iemand iets goedkopers vindt, dan is dat prima. Wij richten ons op oplossingen. Wij verdiepen ons in de klant, kijken naar de procedures, hoe hij werkt, hoe z'n werkplek is ingericht. Hoe werken de afdelingen in- en verkoop, zijn er bijvoorbeeld binnen- en buitendiensten, wordt er veel intern gebeld of juist meer uitgebeld, dat soort zaken zijn van belang. We leveren maatwerk. Als er maar internet is, dan kunnen wij alles realiseren. Waarbij je natuurlijk wel een beetje moet snappen wat je aan het doen bent', voegt Loohuis er droog aan toe. 'Wij willen graag dat onze klant op de beste manier zijn werk kan doen.'

Noordendorp Transport Haaksbergen

Consequent, betrokken en nuchter: 'Keep it simpel!'

Noordendorp Transport is een gerenommeerd transportbedrijf en logistieke dienstverlener in Haaksbergen met 91 medewerkers, 2 motorwagens, 43 trekkers, 51 opleggers, 4 meeneemheftrucks en 3 bussen voor koerierswerk. Het bedrijf is gespecialiseerd in vervoer voor retail, productie en bouw. Naast transport kan Noordendorp ook aanvullende diensten uitvoeren zoals op- en overslag. Het bedrijf heeft de beschikking over 13.000 m² goed geïsoleerde opslagruimte die voorzien is van 9 laaddocks. Er is een garage met twee doorsmeerputten, een remmenbank en eigen tankgelegenheid. Vanaf 2006 wordt alleen nog geïnvesteerd in wagens met de schoonste euro 5 motoren en nieuwste technieken. Door een speciaal ontwikkeld transport-managementsysteem verloopt de planning van order tot aflevering en facturering snel, efficiënt en overzichtelijk. Noordendorp Transport voldoet aan de nieuwe standaard norm ISO 9001:2008 en is houder van het keurmerk Transport & Logistiek.

Maar Noordendorp Transport is meer dan alleen de cijfers en de feiten. 'We zijn een echt Twents bedrijf', zegt algemeen directeur Michel Wentink. 'Dat betekent: flexibel, consequent, nuchter, maar

ook zeer betrokken bij de klant. De lijntjes zijn kort en daarbij houden we niet van ingewikkelde toestanden. “Keep it simpel”, zeggen we hier.’ De kracht van Noordendorp zit ‘m volgens Wentink in het feit dat het bedrijf op de drie deelmarkten levensmiddelen, productie en bouw actief is. ‘De ene deelmarkt vangt de andere op.’ Daarnaast speelt de goede sfeer binnen het bedrijf een grote rol. ‘Onze medewerkers hebben plezier in hun werk. Dat stralen ze uit en dat spreekt de klanten aan.’ In de afgelopen jaren heeft Noordendorp veel geïnvesteerd. ‘We groeiden volledig uit ons jasje. Inmiddels zijn we verhuisd en hebben we voldoende opslag-, parkeer- en kantoorruimte. De volgende stap is dat we ook gaan verpakken.’ Noordendorp is helemaal klaar voor de toekomst. ‘En als dan ook de N18, de Twenteroute, wordt opgewaardeerd en verbreed, dan ziet die toekomst er voor ons zeer rooskleurig uit.’

Ola Productie B.V. Hellendoorn

Schitteren in duurzaamheid: ijs met een missie

‘Make the best possible ice cream in the nicest possible way’ Dat is de doelstelling van Ben & Jerry’s. Geen wonder dat de Amerikaanse fabrikanten begin deze eeuw zeer zorgvuldig te werk gingen toen ze een fabriek zochten die hun bijzondere ijs voor Europa zou kunnen produceren. En logisch dat ze terecht kwamen bij Ola Productie B.V. van Unilever in Hellendoorn. Een charmant en bruisend bedrijf middenin de Overijsselse landerijen aan de oever van de Regge in Hellendoorn. Een bedrijf met ongeveer 200 medewerkers, waar familiegevoel en sociale dorpsbesef heersen en dat bovenal schittert in duurzaamheid. Al het Ben & Jerry’s ijs wordt klimaatneutraal geproduceerd en er worden scharreleieren en steeds meer fairtrade ingrediënten gebruikt. ‘Ben & Jerry’s Statement of Mission bestaat uit drie onderdelen’, vertellen directeur Remco Paap en logistics & IT Manager Annelies Roll. ‘De productmissie stelt dat we het beste ijs willen maken met natuurlijke ingrediënten en respect voor de aarde en het milieu. De economische missie omhelst ontwikkelingsmogelijkheden voor medewerkers, het bedrijf en de aandeelhouders. En de sociale missie zegt dat we als organisatie een rol willen spelen in het verbeteren van de kwaliteit van leven op lokaal, nationaal en internationaal niveau.’

Het begon allemaal in de jaren 50 van de vorige eeuw. De Hellendoornse bakker Gerrit Valk besloot naast brood en banket ook ijs te gaan produceren. ‘Eerst waren het gewoon in folie verpakte ijsjes’, vertelt Paap. ‘Later kwamen er stokjes in en kregen de ijsjes en ijstaarten steeds meer vorm.’ In de jaren 70 werd de productie van het centrum van Hellendoorn naar de huidige locatie verplaatst en steeds meer geautomatiseerd. Unilever nam de fabriek in 1985 over en introduceerde het Ola ijs. In de jaren 90 stopte het bedrijf met het maken van banket, en begon met de productie van Hertog ijs en Magnum after dinner. Vanaf 2002 is de core business Ben & Jerry’s. ‘Het is de bedoeling dat we in de nabije toekomst Ben & Jerry’s als naam gaan voeren’, vertelt Paap. Ola Productie produceert momenteel jaarlijks 40 miljoen liter ijs.

Het leuke van Ola Productie B.V. is dat het ondanks alle veranderingen en wisselingen van de wacht altijd z’n eigen sfeer heeft weten te behouden. ‘Dat oorspronkelijke familiegevoel en de sociale betrokkenheid met het dorp en de hele samenleving is er nog volop’, vertelt Roll. ‘De mensen kunnen zich goed vinden in de missie van het merk, ze voelen zich betrokken en werken hier graag. Elk jaar vieren we wel een 40-jarig dienstverband. En door de veranderingen in de afgelopen decennia zijn we alleen maar flexibeler geworden.’ De recepten mogen dan geheim zijn, Ola Productie voert een heel open beleid. ‘We zijn een nuchtere, Hollandse organisatie en iedereen mag weten wat we doen’, zegt Paap. ‘We zijn als het ware net zo puur als ons ijs.’ En puur is het ijs zeker.

Met Caring Dairy geproduceerde melk en room. Bovendien is het Ben & Jerry's ijs kosjer. 'En alle smaken hebben een betekenis, ze staan allemaal op de een of andere manier voor People, Planet, Profit.'

In 2008 werd het 30-jarig bestaan van Ben & Jerry's gevierd. De fabriek werd drie maanden lang opengesteld voor publiek. De gasten kregen uitleg, ze konden een film bekijken en werden in witte pakken met witte mutsen op rondgeleid. 'Het succes was overweldigend', vertelt Roll. 'We zijn dan ook van plan om dit op een professionele manier uit te bouwen met een bezoekerscentrum en excursies in het bedrijf, maar ook daarbuiten, langs de Regge die in de toekomst weer door het landschap zal meanderen. Daarnaast gaan we steeds milieuvriendelijker werken. Wij willen schitteren in duurzaamheid.'

Peters Shipyards Kampen

Focus, spirit en Peters Power

Nederland is van oudsher een maritiem land. Hollandse schepen bevoeren eeuwenlang de wereldzeeën, van heinde en verre kwam men kijken hoe hier gebouwd werd. De expertise en ervaring van de Nederlandse bouwers werd overal gewaardeerd. Inmiddels zijn vele grote werven verdwenen, maar in Kampen wordt al decennia lang jaarlijks een aantal schepen te water gelaten. 'Een goed schip bouw je met focus en spirit', zegt technisch directeur Pier Meinderts van Peters Shipyards in Kampen. 'Wij noemen dat Peters Power. Dat is waardoor onze werf zich onderscheidt.'

Scheepswerf Peters begon meer dan honderd jaar geleden als familiebedrijf in Dedemsvaart, met de bouw van houten turfschepen. In de zestiger jaren van de vorige eeuw verhuisde de werf naar Kampen. Daar legde het zich toe op scheepsreparaties en nieuwbouw van binnenvaartschepen en al snel ook zeegaande vrachtschepen. In de jaren '90 werd de scheepswerf drastisch uitgebreid met onder andere een nieuwe productiehal. Inmiddels is Peters Shipyards uitgegroeid tot een mondiaal bedrijf dat zich toelegt op de nieuwbouw van schepen voor short sea shipping, tot maximaal 18 meter breed. 'Elk jaar bouwen we vijf tot tien schepen', vertelt algemeen directeur Geert van Voorn. Bij Peters Shipyards werkt een vaste kern van 100 medewerkers. Een aantal casco's wordt in Kroatië gebouwd.

Peters Shipyards is geen familiebedrijf meer, maar de constructieve sfeer van samenwerking en verantwoordelijkheid voor elkaar en voor het product, is als erfenis nog steeds aanwezig. De schepen van Peters Shipyards hebben een eigen gezicht. Ze kenmerken zich door hun kwaliteit, hun leefbaarheid, hun betrouwbaarheid –ook qua levertijd- en de opmerkelijk goede verhouding tussen laadvermogen en brandstofverbruik. 'Wij bouwen als het ware groene schepen', zegt Van Voorn. 'Onze filosofie is: het beste onderdeel is geen onderdeel. We bouwen innovatieve, functionele en onderhoudsvriendelijke vaartuigen.' Hij toont het diagram waarin Peters' filosofie als een bedrijfsformule overzichtelijk is samengebracht. 'We beschouwen onze werkwijze als een proces waarin we de verschillende fases in 'ships' uitdrukken', legt hij uit. 'Elk van deze fases is even belangrijk. Zo starten we met Partner Ship: het voortdurende overleg met de opdrachtgever. Daarna volgen Paper Ship, de virtuele realisatie van het schip en Real Ship: de daadwerkelijke realisatie van het schip. Care Ship omvat de weg naar optimale oplevering, kwaliteit en veiligheid en Support Ship beschrijft de aandacht die we besteden aan human resource management, goede communicatie en informatievoorziening. Tot slot is er het Financial Ship, de transparante samenwerking, ook met financiële partners.'

Peters Shipyard maakt zich ook druk over de volgende generatie. Jaarlijks krijgen vijf jongeren er de kans om in het bedrijf een mbo-deeltijdopleiding in de constructie te volgen. Afhankelijk van de behoefte worden drie van hen aangenomen als ze hun diploma hebben gehaald. 'Wij bieden hun een uitstekende leerschool', zegt Meinderts. 'Mede dankzij deze constructie hebben we hier een groot aantal toppers in dienst.'

'Onze branche heeft vele periodes gekend waarin men moest vechten voor z'n bestaan', zeggen Van Voorn en Meinderts. 'Maar daar zijn degenen die overleefden alleen maar sterker van geworden. Nederland zou wat trotser moeten zijn op haar maakindustrie en die wat meer moeten waarderen. We geven hoog op over de kennisindustrie, maar zonder maakindustrie zou die er helemaal niet zijn. Het is geweldig om te zien wat er allemaal uitgevonden, gebouwd en gerealiseerd is. We zijn helaas inmiddels heel wat verloren de afgelopen decennia, en dat is jammer. Als gerenommeerde scheepswerf zullen wij er alles aan doen om de maritieme sector in ieder geval in Overijssel hoog te houden. En dat is belangrijk, voor de economie en de werkgelegenheid. Want kijk eens hoeveel samenwerking er voor nodig is om een schip te realiseren. Scheepsbouw is teamwork. En daar zijn niet alleen wij bij betrokken, maar ook alle toeleveranciers, de onderaannemers, de indirecte organisaties, al die bedrijven die samenwerken om er iets moois van te maken.'

Priema Cetra Hardenberg

Voorloper in het specialistische perswerk

Stansen en dieptrekken met hydraulische en mechanische persen, ponsen, kanten, buigen, knippen, gerobotiseerd en handmatig lassen, je kunt het op het gebied van enkelvoudig en meervoudig samengestelde halffabricaten zo gek niet bedenken of Priema Cetra te Hardenberg speelt het klaar. Cetra Metaal B.V. is in juni 2009 overgenomen door Priema in Hoevelaken en produceert nu onder de naam Priema Cetra.

Zowel het vijftig jaar oude Priema en alsook het Hardenbergse Cetra Metaal, dat inmiddels 100 jaar bestond, kenden elkaar reeds geruime tijd. Eind 2008 werden beide bedrijven geconfronteerd met het begin van de kredietcrisis. De terugval voltrok zich met name binnen de automotive branche. Een branche waarbinnen beide bedrijven in de loop der jaren eveneens een gerenommeerde klantenkring (DAF, Leyland, Volkswagen) hadden opgebouwd.

'Daar waar het voor beide bedrijven economisch gezien een lastige tijd was om het hoofd boven water te houden, bleek er door overname juist meer mogelijkheden te ontstaan', zegt algemeen directeur Bert Jan Roesink. 'De klantenkringen overlappen elkaar nauwelijks. Waar het ene bedrijf niet op ingericht is, is het andere bedrijf weer in gespecialiseerd en andersom. De machineparken van beide bedrijven vullen elkaar prima aan. In Hardenberg zijn we gespecialiseerd in dunwandige producten tot een dikte van 4 mm, terwijl we in Hoevelaken gespecialiseerd zijn in producten van 4 tot ongeveer 12 mm.' Naast twee Nederlandse productie vestigingen bezit Priema in Breclav in Tsjechië eveneens een eigen productie locatie. Op deze locatie worden met name producten met een hoge arbeidscomponent geproduceerd. 'Onze vestigingen vullen elkaar daarmee perfect aan.'

Priema Cetra kent een bijzonder gerenommeerde klantenkring, is TS16949 en ISO14001 gecertificeerd en produceert hoogwaardige kwaliteitsproducten. Het bedrijf maakt bijvoorbeeld onderdelen voor gasmeters (Honeywell) en onderdelen voor handgereedschappen zoals

boormachines, decoupeerzagen en cirkelzaagmachines (Robert Bosch). De roestvrijstalen plaatjes om de bakjes in de koelkasten van Miele worden in Hardenberg gemaakt, evenals bijvoorbeeld ventilatoren, onderdelen voor kopieermachines (OCE) en kachelplaten voor Dru, de Nederlandse leverancier van sfeerkachels. 'Die kachelplaten worden in onze natlakstraat gespoten met hittebestendige lakken.' Daarnaast produceert Priema Cetra ondermeer ook sierstrippen voor auto's (Audi, Mercedes). 'Dat zijn hele complexe, lastige bewerkingen, want die onderdelen moeten visueel perfect zijn.'

De locatie in Hoevelaken, Metaalwarenfabriek Priema, is net als Prima Cetra een belangrijk radertje in vele productieketens. Al meer dan 30 jaar is Auping een trouwe klant met wie Priema samen de stijlen voor de spiraalbodems ontwikkelt en produceert. 'Zo werkt het gewoon', zegt Roesink. 'Als wij stil liggen, liggen de afnemers ook stil en dat mag dus niet voorkomen. Daarom zijn we blij dat we dankzij onze synergetische samenwerking een stabiele en betrouwbare toeleverancier kunnen zijn voor onze afnemers. Onze uitgangspositie is beter dan ooit. Helaas hebben we bij de reorganisatie afscheid moeten nemen van een zeer groot aantal trouwe medewerkers. Nu we voorlopig zo klein zijn met korte lijnen blijkt dat we snel, flexibel en daadkrachtig kunnen optreden. We zijn inmiddels over het dieptepunt heen, er ligt weer een goede basis.' En dat is iets om trots op te zijn in deze roerige tijden. Bij Priema in Hoevelaken werken momenteel 55 man, Priema Cetra in Hardenberg heeft 36 werknemers in dienst en in het Tsjechische Breclav werken 15 mensen. Zowel in Hardenberg als in Hoevelaken kennen de medewerkers de klappen van de zweep kennen. 'Priema onderscheidt zich door het vakmanschap, de mensen weten waarover ze praten en wat de klanten willen. De werksfeer en de werkmentaliteit is goed en dat uit zich ook in de lange dienstverbanden', zegt Roesink. 'We zijn bezig met onszelf op een goede manier in de markt te zetten, de orderportefeuille ziet er goed uit en zal zich nog uitbreiden, dus de verwachtingen zijn positief. Als je kijkt waar we nu als bedrijf staan, hebben we een unieke positie.' Als metaalbedrijf moet je volgens Roesink wel alert zijn. 'Veel van het productiewerk gaat naar het oosten, naar China bijvoorbeeld, maar in de metaal zijn ook hier voldoende mogelijkheden om aan de weg te timmeren. Het is en blijft een markt die veel eist en waar de prijsdruk steeds groter wordt. Als we maar voortdurend blijven vernieuwen en innoveren blijven we voorloper in dit specialistische werk.'

Tielbeke Transport Lemelerveld

Duurzame logistiek met oog voor de factor mens

Al meer dan een halve eeuw lang is in Lemelerveld, middenin Overijssel, Tielbeke Transport gevestigd. Er werken 250 mensen, waarvan 165 chauffeurs, en de 125 vrachtwagens distribueren in de gehele Benelux. Tielbeke heeft drie specialisaties: distributie in de Benelux, dedicated transport waarbij vrachtwagens voor één klant rijden, zoals Albert Heijn, Norit, De Hoop, Abbott en Schuitema, en tot slot de specialisatie warehousing. In Zwolle is op een oppervlakte van 30.000 m² de afdeling warehousing gevestigd. 'Warehousing is als het ware een verlengstuk van de productie', legt directeur Robert Tielbeke uit. 'Het betreft het ontvangen van de goederen, orderpikken, bestellingen maken, voorraad bijhouden, ompakken en verpakken. Het is in de loop der jaren geëvolueerd tot een veel breder proces dan alleen maar tijdelijk opslaan.'

Tielbeke Transport maakt deel uit van twee netwerken. 'Teamtrans is een stukgoednetwerk van dertien vervoerders in Nederland', legt Tielbeke uit. 'Er is een dagelijkse uitwisseling van kleine zendingen tot 250 kilo, waarbij stadsdistributie een belangrijke rol heeft. Iedere stad heeft z'n eigen regels en venstertijden. In de ene stad mag je van 8 tot 12 uur bevoorraden, in een andere gemeente

gelden weer andere tijden en andere vrachtwagenlengtes. Iedere vervoerder kent de eigenaardigheden van z'n eigen regio het best en kan daar de meest optimale routes maken, met de beste dropdichtheid en de minste kilometers. Daarom werkt Teamtrans zo goed. Korte lijntjes en regionale kennis van zaken. Bovendien is het beter voor het milieu en de economie.' Het tweede netwerk, met name voor zendingen boven 250 kg, betreft DHB (Distributie Holland België). Zes gerenommeerde transportbedrijven in de Benelux verzorgen distributie en warehousing. DHB werkt vanuit het principe dat het niet gaat om meer vrachtwagens, maar om duurzame logistiek: minder transporten en een hogere reactiesnelheid. 'De partners wisselen 's nachts goederen uit, waardoor de goederen zich 's morgens vroeg al in de regio van bestemming bevinden en distributie binnen 24 uur kan plaatsvinden.' Tielbeke Transport is de meest noordelijk gelegen deelnemer.

Het gaat goed met Tielbeke Transport. 'Het is niet zo dat we een geheim recept hebben', zegt Tielbeke. 'Het zijn de cliché's die vaak op waarheid berusten: je moet de goede mensen om je heen hebben, gezond blijven, vernieuwend zijn en er bovenop zitten. Van een afstand aansturen werkt niet, zeker niet in deze branche waar het heel vaak om de details gaat en waar de factor mens heel belangrijk is. Als je je medewerkers een goede opleiding, training en coaching biedt, kun je er heel veel plezier van hebben.' Bij het bedrijf werkt dan ook al jaren een fulltime instructeur die de chauffeurs bij elke stap in hun carrière begeleidt, van bestelbus via vrachtwagen tot wellicht LZV (25,25 mtr) combinatie. 'Ontwikkelen is belangrijk. Dat wordt vaak gezocht in nieuwe wagens, en dat gebeurt bij ons natuurlijk ook wel, maar de mens blijft nog steeds het belangrijkste in ons vak.' Dat is ook de voornaamste reden dat Tielbeke ondanks de dringende behoefte aan uitbreiding niet wil verhuizen naar industrieterrein Hessenpoort bij Zwolle. 'Dan zouden we niet alleen veel meer kilometers moeten gaan maken op het gebied van woon-werkverkeer, maar ik zou ook medewerkers verliezen. Je moet niet een hippe plek aan de snelweg ambiëren ten koste van je medewerkers. Zo werken wij niet. We zijn hier in Lemelerveld uit ons jasje gegroeid, hier zijn we groot geworden en hier willen we uitbreiden. Als je dat niet doet en alleen maar uit economisch belang handelt, krijg je een bedrijf zonder ziel. En dat is niet wat we willen.'

En juist die ziel, die menselijke factor is volgens Tielbeke de reden waarom de klanten voor zijn bedrijf kiezen. 'Het is de persoonlijke benadering, de extra aandacht die we voor elke klant hebben. We krijgen dan ook niet zozeer het massawerk, maar het werk dat net iets meer aandacht en zorgvuldigheid vraagt. De klanten zijn voor ons mensen, geen nummers, ze kunnen ons ook in het weekend bellen. Die betrokkenheid maakt ons tot wie we zijn: Tielbeke, toptechniek in logistiek.'

Unipro Haaksbergen

Kwaliteitsvloeren vol kleur en mogelijkheden

Niets in een ruimte is zo sfeerbepalend als een vloer. Unipro in Haaksbergen weet dat als geen ander. De leverancier van materialen en diensten voor het afwerken van bestaande en nieuwe vloeren heeft sinds de oprichting in 1960 veel expertise opgebouwd. 'Op het gebied van kleefstoffen en kunstharstvloeren produceren we flexibele en duurzame oplossingen', vertelt Frank ter Beke, die samen met Gerben Bouwmeester de directie van Unipro vormt. 'Daarnaast hebben we een ruim assortiment parketlakken en -oliën, en kan de klant bij ons terecht voor kwaliteitsgereedschap en -machines voor de vloer.' 'Een belangrijk en uniek onderdeel van onze diensten vormen de applicatietrainingen van de verschillende producten', voegt Bouwmeester toe. Unipro staat voor

kennis, zorg, aandacht en kwaliteit, waarbij de relatie met de klant centraal staat. Op het gebied van kleefstoffen is Unipro marktleider in Nederland.

‘Op het gebied van kunstharsvloeren is van alles mogelijk’, vertelt Bouwmeester. ‘Afhankelijk van de wensen van de klant kan rekening gehouden worden met bijvoorbeeld de vloeistofdichtheid van de vloer, HACCP, hygiëne, antislip en een vloer kan zelfs elektrisch geleidend worden gemaakt.’ Ook visueel zijn er nauwelijks grenzen. Met producten van Unipro kan men een unieke kwaliteitsstempel op een ruimte of gebouw drukken. En dat is te zien bij het inspirerende bedrijf. Complete kunstwerken sieren diverse ruimtes, op de vloer maar ook aan de muur. Van kleurrijk en vrolijk tot stijlvol en functioneel, men kan aan elke vloer z’n eigen unieke handtekening geven. De kunstharsvloeren van Unipro passen in elke omgeving. ‘Daarbij maken we onderscheid tussen kunsthars gebaseerd op polyurethaan, dat vanwege de dempende, zachte kwaliteit veelal gebruikt wordt in kantoren en ziekenhuizen, en de hardere hars op basis van epoxy, die uitstekend voldoet in de industrie’, legt Bouwmeester uit.

Sinds 2004 maakt Unipro deel uit van de Uzin Utz-groep uit Ulm, Duitsland. ‘Door deze overname zijn we totaalaanbieder van vloersystemen geworden’, vertelt Ter Beke. ‘Hierdoor hebben we niet alleen op synergetische wijze onze vakkennis kunnen uitbreiden, ook hebben we uiteenlopende soorten kleefstoffen, hoogwaardige drooglijmsystemen, lakken en vloerlegsystemen kunnen toevoegen aan ons assortiment.’ Uzin Utz AG is evenals Unipro van oorsprong een familiebedrijf met dezelfde hoge normen en waarden en een soortgelijke bedrijfsfilosofie waarin de klant centraal staat en service en kwaliteit hoog in het vaandel staan. Iedereen kent elkaar en er is veel aandacht voor zowel het sociale aspect als duurzaamheid, milieu en welzijn. ‘Ook wij hanteren een uiterst zorgvuldig personeelsbeleid’, zegt Bouwmeester. ‘Het welzijn van de medewerker staat voorop.’ Toonaangevend voor dit beleid: op elke afdeling staat een mand met vers fruit waaraan men zich tegoed kan doen. Enerzijds is de gemoedelijke sfeer kenmerkend, anderzijds hanteert Unipro evenals het moederbedrijf een Deutsche Gründlichkeit met een op ruime ervaring gebaseerde professionaliteit, feeling met de markt en oog voor innovatie.

Bij Unipro werken ongeveer zeventig mensen. ‘Op het laboratorium wordt aan productontwikkeling en kwaliteitscontrole gewerkt’, legt Bouwmeester uit. ‘We houden de markt in de gaten, kijken wat de trends zijn en waar behoefte aan is.’ Werkvoorbereiding, productie, logistiek en afwerking geschiedt op de productieafdeling. Op de monstremakerij worden in overleg met de klant voorbeelden gemaakt waarop de vloerkeuze gebaseerd kan worden. Naast de buitendienst, de verkoop binnendienst, de administratie, het bedrijfsbureau, de marketingafdeling en de directie heeft Unipro een unieke trainingsafdeling. ‘Applicatiespecialisten verzorgen in ons trainingscentrum of op locatie bij de klant trainingen voor gebruikers op het gebied van kunstharsvloeren, maar ook parketlakken, om vertrouwd te raken met het product’, vertelt Ter Beke. ‘Sinds januari 2010 mogen deze parketlakken geen oplosmiddelen meer bevatten. Dat betekent dat nieuwe gebruikers een andere werkwijze aan moeten leren. Wij werken al jaren zonder oplosmiddelen, dus we hebben veel ervaring op dit gebied.’

Unipro is een dynamisch en enthousiast bedrijf dat voortdurend in ontwikkeling is en zich onderscheidt door de uitstekende producten, het duidelijke prijsbeleid en de technische ondersteuning. ‘Onze klanten weten waar ze van op aan kunnen’, stellen Ter Beke en Bouwmeester. ‘De langdurige relaties zijn tekenend voor dit beleid.’

Hotel De Wiemsel Ootmarsum

Een oase van 4-sterren-rust in het pittoreske Ootmarsum

Aan de rand van het schilderachtige, Twentse stadje Ootmarsum bevindt zich sinds 1978 het luxueuze 4-sterren hotel de Wiemsel. 'Het is een familiebedrijf', vertelt General Manager Esther Gohar-Roetgerink. 'We voelen ons ook één familie en dragen dat uit. De Wiemsel is het hotel waar je graag thuis wilt komen en bij het afscheid het gevoel bekruipt 'jammer dat we weer naar huis moeten'. Eigenaresse mevrouw Logtenberg -Van der Maas houdt een vinger aan de pols. 'Ze komt met regelmaat een kijkje nemen en is nauw betrokken bij de organisatie, de strategie en toekomstplannen van De Wiemsel.'

Het hotel dat genoemd is naar een beekje in de buurt, biedt alle comfort en faciliteiten voor een uiterst aangenaam en comfortabel verblijf. De gasten kunnen gebruik maken van de zwembaden en de sauna, en zich heerlijk laten verwennen in hotelspa Beauty World: een oase van rust waar men kan kiezen uit een ruime selectie beauty- en lichaamsbehandelingen. 'Wij werken met lijnen van hoogwaardige cosmetica huizen', zegt Esther Gohar. 'De producten van Comfort Zone zijn via onze webshop te bestellen, evenals de Hoopenburg wijnen die we exclusief voor Nederland uit Zuid-Afrika importeren, olijfolie, Wiemsel Waardecheques en Wiemsel geschenkartikelen.'

Hotel de Wiemsel combineert een gastvrije ambiance met gastronomische weldaad. Het gerenommeerde restaurant De Wanne heeft een lange culinaire traditie met al meer dan twintig jaar een Michelinster: een must voor de echte fijnproevers. Gasten genieten van heerlijke gerechten die met wijnen worden begeleid geselecteerd door Sommelier Sofien Oueslati. 'Het is een hele kunst om als hotelrestaurant die ster te behouden', stelt Esther Gohar. 'Anders dan in vele hotels dineren onze hotelgasten elke dag op sterren niveau en dat vergt aandacht van ons hele team. Een grote variëteit in de menu's van hotelgasten en tegelijkertijd een uitdagende a la carte kaart voor de restaurantgast. Dat ons dat lukt is mede te danken aan het team onderleiding van chef-kok Gerhard Müller die er al jaren de scepter zwaait.'

De Wiemsel is een klassiek hotel in Engelse stijl, met enerzijds een vertrouwde, traditionele sfeer en anderzijds de modernste details. De 47 luxe hotelaccommodaties zijn verdeeld in kamers, suites en grande suites. 'De kamers en grande suites bevinden zich op de 1e etage', vertelt Esther Gohar. 'Onze suites zijn gesitueerd op de begane grond en beschikken over een privé terras waarvan de meeste uitkijken op de parktuin rondom het hotel.' De kamers zijn voorzien van een luxe badkamer met bad, douche en toilet. Ze hebben individuele airconditioning, televisie, telefoon, radio, een minibar en een kluis en bovendien kunnen gasten met een laptop er draadloos internetten. Zowel zakelijke als leisure-gasten weten hun weg te vinden naar het gerenommeerde hotel. 'We hebben veel vaste gasten en de keuken van Restaurant de Wanne is met name bij onze zuiderburen zeer geliefd.'

Prachtige tuinen en vijverpartijen omgeven het ruim opgezette hotel. Vanuit het binnenzwembad kunnen de gasten in de zomermaanden rechtstreeks naar het verwarmde buitenzwembad en de ligweide lopen. Voor de sportieve gasten is er een allweather tennisbaan en volop golfmogelijkheden op nog geen 15 minuten afstand. De natuurgebieden die Ootmarsum als een gordel omringen zijn makkelijk bereikbaar per fiets. heerlijk om te wandelen en er te paard op uit te trekken. Paardenboxen zijn op eigen terrein beschikbaar. Het centrum van het pittoreske stadje Ootmarsum ligt op kleine loopafstand van het hotel. Het is het oudste stadje van Twente en staat bekend als 'kunststad' vanwege de vele galerieën en kunstwinkeltjes. 'Vanaf de snelweg in Oldenzaal is het nog maar tien minuten naar Ootmarsum', zegt Esther Gohar. Neem de reistijd om te onthaasten, zodat je

precies in de goede, relaxte stemming aankomt.' Hotel de Wiemsel mag dan een heerlijk rustpunt zijn voor de gasten, achter de schermen wordt voortdurend aan de toekomst gewerkt. 'Zo zijn we nu aan het brainstormen over uitbreiding in de nabije toekomst met een aantal luxe appartementen. We blijven in beweging.
