

**12 AGENDA**

8 NOVEMBER

**De Ontmoeting  
Vrouw in bedrijf**

Tijd: 17:00 tot 22:00 uur  
Locatie: Badhuis,  
Leidseplein in Haarlem  
meer info:  
[www.vrouwinbedrijf.nl](http://www.vrouwinbedrijf.nl)

17 NOVEMBER

**Ondernemersontbijt  
MeerBusiness Haarlemmeer  
& Schiphol**

Tijd: 7:30 tot 9:00 uur  
Locatie: De Rustende Jager,  
Nieuw-Vennep  
Meer info: [www.haarlemmeermeer.meerbusiness.nl](http://www.haarlemmeermeer.meerbusiness.nl)

21 NOVEMBER

**Kastanje Borrel  
Kennemer Business**

Tijd: 15:30 tot 19:30 uur  
Locatie: Restaurant de Ripper  
Meer info:  
[www.kennemerbusiness.nl](http://www.kennemerbusiness.nl)

21 NOVEMBER

**Partnerbijeenkomst  
BeterBusiness**

Tijd: 17:00 tot 19:00 uur  
Locatie: Villa Westend  
Westlaan 41 te Velsbroek  
meer info:  
[www.beterbusiness.nl](http://www.beterbusiness.nl)

23 NOVEMBER

**Present Your Startup 3.0  
Haarlemvalley**

Tijd: 19:00 tot 22:30 uur  
Locatie:  
Lichtfabriek - Mincklersweg 2  
Haarlem  
Meer info:  
[www.haarlemvalley.nl](http://www.haarlemvalley.nl)

24 NOVEMBER

**Network Meeting Circuit Park  
Zandvoort**

**Network Passie**  
Tijd: 15:00 tot 18:00  
Locatie: Circuit Park Zandvoort  
Meer info:  
[www.networkpassie.nl](http://www.networkpassie.nl)

24 NOVEMBER

**Innercircle  
Network BTB**

Tijd: 14:00 tot 16:00 uur  
Locatie: Crown Business Center  
haarlem  
Meer info: [www.networkbtb.nl](http://www.networkbtb.nl)

29 NOVEMBER

**Bijeenkomst met spreker  
Geert Jan Jansen  
Haarlemse Ondernemers Sociëteit**

Tijd: 16:30 tot 19:00 uur  
Locatie: Museum Haarlem  
Groot Heiligland 47 Haarlem  
Meer info:  
[www.hos-haarlem.nl/bijeenkomsten](http://www.hos-haarlem.nl/bijeenkomsten)

**COLOFON**

Goede Zaken Commerciële uitgave van Haarlems Dagblad & IJmuider Courant

In samenwerking met de partners Horlings Accountants en belastingadviseurs Kamer van Koophandel Köster Advocaten Bedrijf&Samenleving Haarlem en omstreken



De Coalitie communicatieadviseurs Jaap Bonkenburg, Johan Tempelaar Voor tips, agendapunten en informatie: Joury Peters [goedezaken@hollandmediacombinatie.nl](mailto:goedezaken@hollandmediacombinatie.nl) [www.goedezaken.nu](http://www.goedezaken.nu)

Volg ons ook op



## 'Het moet er gelikt uitzien' Kampioen worden doe je zo



Jurrijn Laan, Winnaar Haarlem Business Award 2016.

**Creative Media Network won donderdag 27 oktober de Haarlem Business Award in de categorie grote bedrijven. Een verdiende prijs voor een onderneming in de Stephensonstraat waar achter de muren mooie innovatieve dingen gebeuren, zowel op on- als offline gebied.**

Jurrijn Laan is directeur van dit echte familiebedrijf met inmiddels 70 medewerkers. Stabiele, innovatieve familiebedrijven zijn naast de multinationals de motoren van de Nederlandse economie. Creative Media Network is daar een treffend voorbeeld van. Zeventig jaar geleden startte de opa van Jurrijn in de Tweede Wereldoorlog met het drukken van valse voedselbonnen voor Joodse Nederlanders. Hoewel lithografie geen deel meer uitmaakt van de werkzaamheden, is het lithografische verleden nog zichtbaar. In de hal staat op de eerste verdieping trots een oude drukpers, terwijl nog geen veertig meter verderop vernieuwende Apps ontwikkeld worden, die door bedrijven worden gebruikt om consumenten te verleiden hun producten te kopen.

**Marketingproductie**

Want Creative Media Network is van vele markten thuis vertelt Jurrijn Laan. "Onder leiding van mijn vader werden de eerste stappen richting

digitalisering gezet. In 2001 deed ik mijn intrede in het bedrijf en zag hoe snel de markt veranderde. Daar moet je continu op anticiperen. We zijn ons in 2008 gaan richten op de gehele marketingproductie; het aanbieden van een compleet pakket onder één dak met een accentverschuiving van tekst naar beeld. Dat gebeurt inmiddels door onze vier takken: Nefli voor reclame- en promotiemateriaal vooral voor de retail, GlanceMedia dat de videoproducties voor zijn rekening neemt, mediaBunker voor de ontwikkeling van apps en online platformen en fotostudio Casper Lourens."

**Symbiose**

Zo ontwikkelde Creatieve Media Network zich tot een succesvolle symbiose van off- en online. Op de ene afdeling zijn medewerkers bezig de papieren reclamefolders van een grote drogisterijketen te maken, op de andere afdeling worden apps ontwikkeld. "Online werd lang als een bedreiging voor offline gezien, maar inmiddels worden de minpunten van online zoals manipulatie erkend. Ik zie de kracht van de nieuwe generatie sollicitanten. Ze zijn online genieën maar verliezen het belang van hardcopy niet uit het oog. Wat je ook doet als ondernemer, je marketingproducten en uitingen moeten er gelikt uitzien. Dat geldt zowel voor off- als voor online."



### Kastanje Borrel

MAANDAG  
21-11-2016  
De Ripper  
Haarlem



[www.kennemerbusiness.nl/evenementen](http://www.kennemerbusiness.nl/evenementen)

## Kampioen worden doe je zo

**Stel je bent een jong racetalent en je hebt één doel: kampioen worden. Maar je weet dat het lastig wordt om de top te bereiken. Want racen kost geld, veel geld. Je hangt op het circuit rond en pikt her en der tips op om beter te worden. Dan hoor je dat je veel geld kunt besparen als je je hobby onderbrengt in een stichting. Maar hoe kom je aan een stichting? Je trekt de stoute schoenen aan en mailt 25 notarissen in de regio.**

Wat denk je? Eentje reageert! Deze notaris wil je wel helpen met het oprichten en voorziet je van advies. Als tegenprestatie vraagt hij je een racemiddag te organiseren voor hem en een paar relaties. De middag wordt een groot succes. Een van de aanwezigen blijkt vroeger ook fanatiek racer geweest te zijn en vandaag de dag eigenaar van het succesvolle communicatiebureau DM Creatieve Communicatie. Hij biedt aan om te helpen bij het opzetten van een concept om meer sponsors te interesseren

Zelf steek je ook de handen uit de mouwen. Maar alleen ben je nergens. Dus je verzamelt een team om je heen van mensen die hun steentje kunnen bijdragen. En zo rollen de uitnodigingen de deur uit voor je kick-off event waarmee je hoopt sponsors over de streep te trekken.

## Huisgemaakt

**Hij had het leuk bedacht, de baas van een kaaswinkel in Amsterdam. In een flyer beweerde hij dat zijn zaak tot beste kaaswinkel van de hoofdstad was verkozen. Het Parool schreef er over. Maar waarschijnlijk niet zoals de kaasbaas had gehoopt. De verkiezing bestaat helemaal niet, onthulde de krant. De man had alles verzonnen. Zijn onhandige reactie op de onthulling maakte het er alleen maar erger op.**

Het was, gaf hij toe, inderdaad geen echte verkiezing. Er zou volgens hem wel sprake zijn geweest van een voor zijn zaak gunstig promotieonderzoek naar klanttevredenheid door een student van de UvA. Maar dat onderzoek wilde hij niet openbaren en navraag door Het Parool bij de UvA leerde dat de universiteit het niet kende. Alles wees op gebakken lucht.

In marketing wordt nogal eens (te) hoog van de toren geblazen. Met alle risico's van dien. In mediacontacten is het helemaal riskant. Wie de pers met onzin op het verkeerde been zet, zakt door het ijs. Ik ken een redactie waar een lijstje met eerder ontmas-



Youri Verswijveren. Foto: S. vd Broek

Vrienden helpen bij het sleutelen aan je racewagen. Je ouders schieten te hulp om een heuse VIP-tent op te zetten. Je oom bekommert zich over heerlijke hapjes en drankjes. Zus en vriendinnen delen ze rond aan de gasten. Het wordt een groot succes. De een na de andere sponsor hapt toe. De organisatie valt op zijn plaats en stiekem droom je van het kampioenschap.

Een droom? Zo werd Youri Verswijveren winnaar van verschillende races en uiteindelijk kampioen in de MX5-klasse van de DNRT. En daarom sponsoren wij hem. Omdat zulke kampioenen ons inspireren. Hij liet ons zien, dat je met hard werken, de juiste mensen en vooral met heel veel passie alles kunt bereiken. Youri, dank voor al je inspiratie! #nevergiveup

Sander van den Broek  
Directeur Buildnet Webservices  
Kinderhuisingel 126  
2013 AW Haarlem  
[www.buildnet.nl](http://www.buildnet.nl)



Jaap Sluis. Foto Anke vd Meer

kerde aanbieders van non-nieuws circuleert. 'Die komen er bij ons nooit meer in'.

Het doet me denken aan een restaurantbaas die op zijn kaart prominent een huisgemaakte paté had staan. Op een dag liep ik hem bij de groothandel tegen het lijf. In zijn kar lag een enorme voorverpakte paté. 'Huisgemaakt?!', zei ik plagerig. Hij vond dat niet leuk. En ik heb nooit meer bij hem gegeten.

Jaap Sluis is partner van communicatieadviesbureau De Coalitie in Haarlem.