

## Uitbreiding aantal Citroën-dealers

**DEN HAAG** | In Den Haag en Pijnacker laat Markeur Holding, sinds kort de nieuwe naam voor de Motorhuis Groep, nieuwe showrooms bouwen voor de verkoop van het Franse automerk Citroën. In de gemeente Leidschendam-Voorburg wordt het bestaande Opel-dealerbedrijf Het Motorhuis met 1500 vierkante meter uitgebreid. Per 1 juli worden er Citroëns verkocht in Leidschendam. De nieuwbouw op de hoek Zichtenburgerlaan/Kerketuinenweg (7000 vierkante meter) in Den Haag en in Pijnacker (13.000 vierkante meter) is volgens Markeur Holding niet eerder dan medio 2005 gereed.

## Drankenparadijs Zuid-Hollands beste

**DEN HAAG** | Drankenparadijs Ton van Leersum & Zn., gevestigd aan de Keizerstraat 62 in Scheveningen, is verkozen tot de beste slijterij van de provincie Zuid-Holland. De zaak doet nu mee aan de landelijke verkiezing van 'Slijterij van het Jaar'. De SlijtersUnie houdt de verkiezing en maakt op maandag 7 juni de winnaar bekend. Bij de beoordeling let de jury op zaken als vakmanschap, opbouw van het assortiment, klantvriendelijkheid, kennis van de medewerkers en de inrichting van de zaak.

## Start campagne kleding en vuur

**DEN HAAG** | Minister Hoogervorst van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft gisteren bij de Hema in de Haagse binnenstad de campagne 'Kleding & vuur: Soms moet je opletten' gestart. Hij deelde de eerste folders 'Kleding en vuur' uit. Vanaf maandag zijn in kledingwinkels en postorderaars de folders op te halen. Jaarlijks overlijden zes tot acht mensen en worden er gemiddeld 180 mensen in ziekenhuizen behandeld aan brandwonden na het in brand vliegen van hun kleding als gevolg van ongelukken met open vuur.

## Heropening van Los Rancheros

**DEN HAAG** | Het Argentijnse restaurant Los Rancheros aan de Scheveningse Dr. Lelykade 17 heropent na een grote verbouwing op vrijdag 12 maart. Omdat het restaurant naast de heropening ook viert dat het tien jaar bestaat, heeft het tot december een maandelijks wisselend jubileummenu voor 30,40 euro. Op elke eerste dag van een nieuw menu is de prijs 25,40 euro. Wethouder B. Verkerk (VVD, economie) verrijcht de officiële heropening.

## Oude verhalen van de werkvloer

**DEN HAAG** | De Stichting Haags Industriële Erfgoed (SHIE) wil graag de verhalen noteren van mensen die in het verleden in Den Haag in de nijverheid en industrie werkzaam waren. De SHIE wil voorkomen dat deze verhalen van de werkvloer verloren gaan nu oud-werknemers uit deze sectoren op een steeds hogere leeftijd komen. Geïnteresseerden kunnen schrijven naar SHIE, postbus 85469, 2508 CD in Den Haag. Mailen kan ook: info@shie.nl, net als bellen: 070 389 75 08.

## 'Culinaire zondag' in The Raffles

**DEN HAAG** | Jeanet Bruining van WijnWandeltochten houdt op zondag 7 maart samen met Frank Deuning van het Haagse 'oriental restaurant' The Raffles aan de Javstraat 63 een vijfgangendiner met bij iedere gang steeds weer een andere wijn. De prijs voor dit wijndiner bedraagt negentig euro per persoon. Een en ander begint om 13.30 uur en eindigt rond 17.30 uur. Voor meer informatie: 070 362 07 07.

## Een eeuw Ruys

**DEN HAAG** | Ruys Handelsvereniging B.V. aan de Grote Beerstraat in Den Haag bestaat dit jaar honderd jaar. Het op 17 december 1904 door J.A. Ruys opgerichte bedrijf levert onder meer frankeremachines, papiervernietigers, couverteermachines, enveloppenopeners en adressenprinters. Voor meer informatie zie [www.ruys.nl](http://www.ruys.nl).

## BEL MET TIPS |

De Haagse Courant kan altijd tips gebruiken voor de wekelijkse pagina regionale economie. Wil u iets melden: schrijf het op en stuur het naar: Haagse Courant, Postbus 16050, 2500 AA Den Haag. Faxen en bellen kan natuurlijk ook. Ons telefoonnummer is 070 319 09 99, ons faxnummer is 070 399 73 55. U kunt dan vragen naar redacteur Angelique Mulders. E-mailen kan via [stad@haagshecourant.nl](mailto:stad@haagshecourant.nl).

# 'Het is geen bespioneren van personeel'

**Anoniem een winkel of horecagelegenheid bezoeken en dan de klantvriendelijkheid, vak kennis, service en presentatie beoordelen. Dat is 'mystery shoppen'. Het Haagse AQ Services houdt zich ermee bezig. 'Wij geven aan waar het aan schort.'**

door  
Angelique Mulders

**DEN HAAG** | Met de wijsvinger trekt Marte Beenen (26) even snel over één van de vele televisies in een cd/dvd-zaak aan de Lange Potten. Haar vingertopje kleurt in één keer grijszwart. "Altijd hetzelfde. Dit soort winkels zijn stofnesten."

Beenen is aan het 'mystery shoppen' voor haar Haagse werkgever AQ Services. Daarbij wordt anoniem een bezoekje gebracht aan een winkel of horecagelegenheid om te kijken hoe het staat met de service en klantvriendelijkheid van het personeel en de presentatie van de zaak. De geheimzinnige shopper komt langs op verzoek van de onderneming zelf.

Positief is Beenen over de verzameling aanbiedingen die voor in de winkel staat. Vanaf de straat is die goedkopere collectie al te zien. "Ik weet dat deze zaak daar aan hecht." Minder gelukkig is de Haagse met de vele lege haken in de 'accessoirenhoek', waar onder meer de tassen voor cd's en een

discman te vinden zijn. "Dit is een uitstalling waarbij de lege haken makkelijk kunnen worden verwijderd. Doe dat dan ook. Nu denkt een klant dat er meer niet aanwezig is dan wel. Iemand die denkt dat zoveel van het assortiment niet in voorraad is, koopt minder snel iets." Volgens Beenen moeten we haar werk niet zien als een soort personeelsspionage. "De medewerkers worden door hun baas op de hoogte gebracht van het feit dat er anonieme bezoekers langskomen. De werknemers weten alleen niet wie het zijn of wanneer ze komen."

Jan Willem Smulders (27) is een van de twee oprichters van AQ Services. Al sinds hun studententijd houden Smulders en compagnon Thomas Kascha (29) zich bezig met mystery shoppen. Ook Smulders wijst er met klem op dat die hun bedrijf niet wordt ingeschakeld, als er wordt getwijfeld aan de betrouwbaarheid van het personeel. "We zijn geen detectivebureau. Wel proberen wij zwakke plekken in de service en kwaliteit van een organisatie te ontdekken. In onze rapportages geven we aan waar het aan schort. Alleen al het gegeven dat een bedrijf mystery

visits laat doen, levert een hogere klantgerichtheid op."

Uiteindelijk leidt een mystery-shoppogramma – er worden altijd meerdere bezoeken afgelegd, de opdrachtgever bepaalt of dat wekelijks, maandelijks of binnen een andere tijdsperiode gebeurt – volgens de Haagse ondernemers tot hogere omzetten en hogere winstmarges. AQ Services kan uit 2700 'freelancers' putten die winkels, cafés, restaurants en hotels testen. Zeventienhonderd van hen gaan wekelijks ergens in Nederland aan de slag. Hun vergoedingen variëren, afhankelijk van de opdracht, van twaalf tot tachtig euro per keer. De 'anoniempjes' werken met uitgebreide vragenlijsten. Enkele voorbeelden: 'Zien de medewerkers er verzorgd uit (geschoren, nagels, haren, geen opzichtige sieraden)?', 'Waren de monitoren en/of tv's ingeschakeld?', 'Werd de aankoop aangeboden in een tasje?' en 'Droeg de verkoopadviseur een naamkaartje?'

Of voor de horeca: 'Hingen de schilderijen in het restaurant recht?', 'Was uw tafel droog, vrij van vlekken en ander vuil en niet plakkerig?', 'Zat er een crémalaagje op de koffie/espresso?' en 'Rook de toiletruimte fris?' Dit alles om een zo objectief mogelijk beeld te kunnen geven.

De vragen worden samen met de opdrachtgever opgesteld. Uiteraard komen de undercover-bezoekers niet met de lange lijsten in de hand binnen. Telecomwinkels werken geregeld met mystery shop-

ping. Marte Beenen stapt dan ook een 'mobielteswinkel' binnen in de Haagse binnenstad. Ze doet zich voor als iemand die een nieuw gsm wil en ook een ander, beter bij haar passend abonnement wenst. Een overstap naar een andere provider is wat haar betreft prima, als ze haar huidige nummer maar zonder veel gedoe mee kan nemen.

Na een minuut of vijftien staat ze niet erg tevreden weer buiten. "Hij ging gelukkig niet nadat zijn eerdere klant was afgewerkt eerst uitgebreid allerlei contractjes faxen. Hij hielp me ook vriendelijk, bleef me goed aankijken", aldus Beenen. "Maar helaas stelde hij niet zo goed gerichte vragen om zo een beeld te krijgen van mijn behoeften: wat wil ik betalen, wat voor een snufjes moet de telefoon hebben en welke zijn voor mij niet zo zinvol. Uiteindelijk kon ik uit niet minder dan een winkel vol mobieltes een keuze maken. Eigenlijk moet hij zo adviseren, dat er twee toestellen uitspringen voor mijn persoonlijktje. Dan is de kans groter dat een klant iets koopt bij hem. Als klanten verdrienvouden de keuzemogelijkheden, zeggen ze al snel dat ze 'nog even moeten nadenken'."

# Misschien dé nieuwe zomerdrink

**DEN HAAG** | Cubaanse drank en de Hagenaar Kees Greiwe (20) vormen een steeds hechtere combinatie. In oktober vorig jaar kon Greiwe zich al de importeur van het Cubaanse biermerk Palma Cristal voor de Benelux noemen. Sinds deze week in de Rotterdamse haven een container aankwam met op het Caribische eiland geproduceerde rum, koffie, wijn en cola is het assortiment van de Hagenaar weer wat groter geworden. Uiteraard droomt Greiwe ervan dat Palma Cristal – op Cuba heet het gerstenat overigens enkel Cristal, in Europa kon dat niet want er bestaat bijvoorbeeld al een Portugees biertje met die naam – net zo'n succes wordt als het Mexicaanse Corona. "Het zijn beide frisse biertjes die het zeker in de zomer goed doen. Alleen is Palma Cristal net wat exclusiever." Hij hoopt dat een trendy publiek het bier, te drinken uit de fles, weet te waarderen. Via plekken waar deze groep uitgaat, probeert hij het product onder de aandacht te brengen. Zo houdt de Hagenaar op 28 februari samen met organisatiebureau Club 33 een groot feest met Turkse en Cubaanse invloeden in het Amsterdamse Vak Zuid. Greiwe werkt sinds zijn zestiende. Hij werd vader van een dochter 'en dan is op school zitten niet zo productief'.

### 'Gouden idee'

Na banen in de horeca en bij een ministerie kwam het 'gouden idee' afgelopen zomer toen hij een kennis van zijn ouders ontmoette. Zij runnen het in Cuba gespecialiseerde reisbureau Gran Cuba en de kennis werkt bij Bucanero, dé bierbrouwerij van het land, op de exportafdeling. "Hij vertelde dat het naar Frankrijk, Spanje, Italië en Engeland werd geëxporteerd. Toen dacht ik: 'Hé, dat wil ik voor Nederland gaan doen'. Omdat ik veel affiniteit heb met het land, op mijn vierde heb ik er een jaar gewoond en ik kom er zeker twee keer per jaar, en omdat mijn stiefmoeder Cubaans is, kreeg ik het vertrouwen. Even later was ik de importeur voor de Benelux."

Zakendoen met het communistische Cuba heeft zo zijn eigenaardigheden. Een buitenlandse onderneming vormt er bijvoorbeeld altijd een joint venture met de overheid. In december waren door de toegenomen repressie van het regime van Fidel Castro de handelssubsidies aan Cuba een discussiepoint in de Kamer. Over politiek praat de Hagenaar liever niet. "Ik doe alles op eigen houtje, zonder handelssubsidies."

# Albert Heijn groter, kiosken van het plein

vervolg van pagina B1

**DEN HAAG** | Ook het plan om de Albert Heijn aan de Ambachtskaai te bouwen, wordt voor een snufjes moet de telefoon hebben en welke zijn voor mij niet zo zinvol. Uiteindelijk kon ik uit niet minder dan een winkel vol mobieltes een keuze maken. Eigenlijk moet hij zo adviseren, dat er twee toestellen uitpringen voor mijn persoonlijktje. Dan is de kans groter dat een klant iets koopt bij hem. Als klanten verdrienvouden de keuzemogelijkheden, zeggen ze al snel dat ze 'nog even moeten nadenken'."

Nu de panden allemaal gemeentelijk bezit zijn, worden ze weer



Kees Greiwe (20) bewaart in Den Haag slechts een bescheiden deel – voor kleine leveranties – van zijn Cubaanse biertjes. foto Harry Verkuylen

overgedragen aan een gemeenschappelijk bedrijf van Ahold Vastgoed en Bouwfonds.

De sloopwerkzaamheden moeten dit jaar beginnen. Albert Heijn breidt met driehonderd vierkante meter uit en wordt een middelgrote supermarkt met een functie voor de directe omgeving.

Volgens het hoofd projectontwikkeling en projectmanagement

van Ahold Vastgoed J. van Rooij duurde de totstandkoming van het plan ook zo lang, doordat maar niet duidelijk werd wat voor woningen in de omgeving van het winkelcentrum zouden worden gebouwd. De Ambachtskaai ligt midden in het gebied waar de woningcorporaties duizenden goedkope flatwoningen slopen om er duurdere

huizen voor terug te zetten. Pas toen bleek dat er echt nieuwe koopkracht in de wijk kwam, stemden de private partijen met de operatie in.

Bouwfonds mag op de plek van de Sjalomkerk een koopappartementencomplex met negen etages bouwen. Het bedrijf heeft ook een optie voor het ontwikkelen van een nog kleiner woongebouw

op de andere hoek van het winkelcentrum. De winkels aan het korte deel van de Ambachtskaai moeten verhuizen naar het nu leegstaande lange deel. Na hun vertrek worden de winkelruimten verbouwd tot benedenwoningen. De kiosken op het plein verdwijnen.

Het parkeren bij het winkelcentrum blijft gratis.

**ONDER**

| DE HAAGSE TOREN | Malta

# 'Malta is een kosmopolitische staat'

**De Europese Unie (EU) wordt in mei uitgebreid van 15 naar 25 lidstaten. De Haagse ambassadeurs van de 'nieuwkomers' stellen zich nu voor. Vandaag: ambassadeur Adrian Strickland van Malta.**

door  
Angelique Mulders

Klein maar Engelstalig, en dat is weer het fijne van Malta. Misschien dat het 340 vierkante kilometer grote staatje – bestaande uit drie eilanden – dat in 1964 onafhankelijk werd van het Verenigd Koninkrijk, daarom zo'n populaire vakantiebestemming is. Jaarlijks trekt het 1,2 miljoen toeristen, drie keer zoveel als er aan bevolking rondloopt. Bij de toetreding tot de Europese Unie (EU) gaat Malta Nederland verdrijven van de eerste plaats, als het gaat om de titel 'dichtstbevolkte EU-land'. Adrian Strickland is sinds 2,5 jaar ambassadeur van Malta in Den Haag. Hij maakt zich een beetje zorgen of de Nederlanders wel goed weten waar het precies ligt. "Wij zijn geen tweelingzus van Cyprus", zegt hij over zijn even ten zuiden van het Italiaanse Sicilië gelegen eiland. "We zijn een kosmopolitische staat. Heel anders dan op andere eilandjes in de Middellandse Zee. Dat zijn niet altijd zelfstandige staten, en dat merk je. Wij zijn helemaal



Ambassadeur Adrian Strickland maakt zich een beetje zorgen of de Nederlanders wel goed weten waar Malta precies ligt. foto Nico Schouten

met de moderne tijd meegegaan. Dat is op andere kleine eilanden een stuk minder het geval." Maar feit blijft dat Malta erg klein is, eenderde van Flevoland, en daardoor wellicht niet het meest voor de hand liggende land om zaken mee te doen. Er zijn ook niet veel Nederlandse bedrijven actief op het eiland, weet Strickland. Of dat na 1 mei verandert, is twijfelachtig.

Net als de ambassadeurs van de meeste andere EU-nieuwkomers prijst Strickland de hoogopgeleide bevolking die 'invochtig is op

het gebied van consumentenelektronica en telecommunicatie'. Maar ja, daarmee blijft het een kleine staat. Een voordeel is wel dat alle Maltees Engels spreken. Op de basisschool is de voertaal nog Maltees, alle opleidingen daarna geven les in het Engels. Logischer is dat Malta na de aansluiting bij de EU weer wat aantrekkelijker wordt voor Nederlanders. Niet alleen voor vakantiegangers die van oude gebouwen houden, of van het warmere klimaat of van duiken in helder zee water. Malta wordt door het

vrije verkeer van personen in de EU ook interessanter voor zogeheten medische toeristen. "Dat is een gebied dat we willen exploiteren. Hier zijn voor sommige operaties lange wachttijden. Wij hebben een solide medisch hulpsysteem, maar niet zoveel wachttijden. Voor cardiologie, om een voorbeeld te noemen, is geen wachttijd. Een dezer dagen gaat een Nederlandse delegatie van zorgverzekeraars en artsen dan ook Malta bezoeken", vertelt de ambassadeur.

Pas na enig nadenken weet hij wat kansen voor Nederlandse ondernemers te bedenken. Zij kunnen Malta als uitvalsbasis gebruiken, als ze actief zijn of willen worden op de Noord-Afrikaanse markt. Zeker bedrijven die wat willen in Libië, nu (leger)leider Kadaffi uit vooral economische overwegingen toenadering tot het Westen zoekt, hebben volgens Strickland veel aan Malta. "Libië ligt op veertig minuten vliegen. We hebben goede economische, politieke en historische banden met dat land. Malta heeft ook al jaren een overheidskantoor in Tripoli, dat kan Europese ondernemers helpen want het is lastig om daar je weg te vinden. Dat moet letterlijk worden genomen, want in Libië kennen ze geen straatnamen of huisnummers. Met onze contacten in de Libische hoofdstad kunnen wij ondernemers van grote dienst zijn."

### Zilveren Ooievaar

Wethouder B. Verkerk (VVD, economie) maakt op 24 maart in de Grote Kerk bekend welke ondernemer zich het meest verdienstelijk heeft gemaakt voor de Haagse gemeenschap en dus met de 'Zilveren Ooievaar' naar huis mag. Kofferfabriek Gefken BV, Machinefabriek Van Zetten en sloop- en grondwerkbedrijf J. Knijnenburg maken alledrie kans op de jaarlijkse ondernemersprijs van de gemeente Den Haag. Gefken bestaat sinds 1959 en is gespecialiseerd in de productie van aluminium koffers en kisten. Knijnenburg B.V. begon zo'n 85 jaar geleden met het transporteren van mest naar tuinderijen. Onder leiding van Jan Knijnenburg zijn de werkzaamheden verder gegroeid dan alleen transport. Zo sloopt het bedrijf inmiddels veel en is het ook bezig met asbestsanering. In 1996 was het gebed met de naam Machinefabriek Voorburg v/h Enkes, het werd Machinefabriek Van Zetten. Dat 'Voorburg' uit de naam verdween was logisch; al sinds 1975 is het in industriële reparaties gespecialiseerde bedrijf in Den Haag gevestigd.

Het is de zeventiende keer dat de 'Zilveren Ooievaar' wordt uitgereikt. Banketbakkerij Maison Kelder (2003), kunststofproducten Promolding (2002) en Albert Nolten Schoenen BV (2001) zijn eerdere winnaars van het kleinood. Machinefabriek Van Zetten was in 2003 overigens ook al genomineerd.

### JEN MIN LAU | Rookvrij restaurant

## Succesvolle Japanner als eerste deels rookvrij

**Jen Min Lau vond het best wel eng: zijn succesvolle Japanse restaurant Kiraku aan de Toussaintkade rookvrij maken. 'Maar ik moest het proberen.' Sinds zaterdag wordt er geen sigaret meer opgestoken. Tot half negen. Dan kan het weer.**

door  
Bregje Bervoets

**U heeft een goedlopend restaurant. Waarom bent u bereid dit risico te nemen?**

"Daar zit overtuiging bij, natuurlijk. Ik denk dat veel mensen het prettig vinden te eten in een rookvrije omgeving. Daarbij komt dat we de eerste wilden zijn. We waren de eerste met een sushi-bar, nu wilden we ook hiermee vooruitlopen. Maar ik geef toe, we durfden het nog niet helemaal aan. Na half negen 's avonds mag er in het achterste gedeelte gewoon worden gerookt."

**Dus daar loopt het dan storm...**

"Nou, voorin hebben we de sushi-bar. Die is altijd al rookvrij geweest. De kok maakt daar ter plekke verse sushi's, dus dan is een rookvrije omgeving wel

heel wenselijk. Bovendien zit je aan de bar naast elkaar te eten. Dan heb je zó last van andermans rook."

**Zelf rookt u niet, neem ik aan.** "Klopt. En ik ben ook erg bezig met gezonde voeding. Daar willen we op termijn ook wat mee doen in het restaurant. We willen op de kaart uitleggen waarom bepaalde dingen ongezond zijn. Dat weten veel mensen vaak niet. En ook uitleg geven over yin en yang in voedsel."

**Gaat uw gang...** "Dat kan een lang verhaal worden, maar het komt neer op evenwicht. Door voedsel moeten we het evenwicht herstellen in ons lichaam. Als onze organen niet in balans met elkaar zijn, kun je gedragsstoornissen krijgen."

**Het is gelukt, u bent het eerste restaurant in Den Haag dat bepaalde uren rookvrij is. Heeft u tot nu toe leuke reacties gehad?**

"Wisselend. Er zijn mensen geweest die het toejuichen en mensen die zeggen: 'Ik kom hier nooit meer terug.' Maar dat hou je altijd. Bovendien moeten mensen er aan wennen."