



Het voorjaar brengt nieuwe energie

Bij de grote voorjaars schoonmaak denk je aan de ramen en deuren openzetten en flink poetsen; juist én vooral op die plekken waar je normaal niet komt. Energie die in het voorjaar vrijkomt, kun je ook inzetten voor positieve verandering. Met een kleine verandering maak je vaak al het verschil.

Als consument valt het niet altijd mee om de juiste keuze te maken in de supermarkt. Probeer maar eens te begrijpen wat alle keurmerken betekenen voor je boodschappen... Zelfs als je bewust ervoor kiest om een positieve bijdrage te leveren aan het milieu, de natuur en het boerenbedrijf raak je al gauw het spoor bijster in het woud van goede bedoelingen. Gelukkig zijn er merken die voor jou op onderzoek uitgaan hoe het anders en beter kan zoals The Flower Farm, dat succes heeft met lekkere

en goede palmolievrije alternatieven voor op het brood. Ze doen voor jou het huiswerk, met als doel: de ontbossing van het regenwoud te stoppen.

Fris en schoon

De grote voorjaars schoonmaak is een ritueel dat niet aan landen of culturen is gebonden. In vroeger tijden was het een klus van enkele dagen, omdat de ramen en deuren van het huis een winter lang hermetisch gesloten bleven. Bij de eerste zonnestralen en

warmte werden de matrassen en meubels buitengezet en met de mattenklopper uitgeklopt. Dankzij de moderne ventilatiesystemen en schoonmaakapparatuur is dat gelukkig niet meer nodig. Sterker nog, dankzij slimme innovaties houd je het huis het hele jaar door met een fractie van de inspanning fris en schoon. Het voorjaar is ook een mooi moment om door je financiën te gaan en te kijken of je niet ergens kunt besparen, zoals de verzekeringen en abonnementen. Het leven is duur genoeg. Je moet er even de tijd en energie voor vinden, maar het ruikt lekker op en zorgt voor een positief gevoel.



Lees het gehele dossier op onze website. Scan de QR-code.

6

Jouw droomreis op zee!



7

Stop de ontbossing van het regenwoud



Actiecode*
BLOEI2025

LAAT JE INKOMSTEN BLOEIEN!

~~2,35%~~
2,45%
1 JAAR

~~2,40%~~
2,50%
3 JAAR**

~~2,40%~~
2,50%
5 JAAR**

* Deze actie is alleen geldig voor deposito's via internet- en mobile bankieren. Geldig voor termijndeposito's van 1 tot 10 jaar. Alle actievoorwaarden zijn te vinden op www.yapikredi.nl/acties.
** Rente wordt jaarlijks uitgekeerd op spaar- of tegenrekening.
Wilt u meer weten? Bel ons via 0900-9274 (normale belkosten), bezoek onze website www.yapikredi.nl, of scan de QR-code.



YapiKredi
Nederland



Meer dan 1 miljoen boeken op bruna.nl

Verzeker wat telt: zo houd je grip op je polis én je portemonnee

Verzekeringen zijn belangrijk, maar lang niet iedereen weet precies wat nodig is. In dit artikel geven we praktische tips en inzichten om slim en eenvoudig je verzekeringen te regelen in 2025.

Verzekeren: je denkt er pas aan als er iets gebeurt. Toch loont het om er af en toe wél even goed naar te kijken. Want veel Nederlanders zijn óf onderverzekerd, óf juist dubbel verzekerd. En dat kan onnodig geld kosten. Anno 2025 regel je je verzekeringen grotendeels zelf. Gewoon online, via een app of website. Dat gaat snel, overzichtelijk én zonder tussenpersoon. Zo kun je bijvoorbeeld je autoverzekering eenvoudig aanpassen als je voertuig ouder wordt. Volledig casco wordt dan misschien te duur, terwijl beperkt casco vaak voldoende is.

Hetzelfde geldt voor woonverzekering. Verhuisd? Nieuwe spullen gekocht? Kinderen de deur uit? Check dan of je huidige dekking nog aansluit bij je situatie. Vaak zijn er simpelere of goedkopere alternatieven die net zo goed werken. Een slimme manier om te besparen is door het eigen risico wat te verhogen – zolang je dat financieel kunt dragen. Ook handig: bundel-



JE BESPAART OP EEN SLIMME MANIER DOOR HET EIGEN RISICO IETS TE VERHOGEN

korting bij meerdere verzekeringen. Sluit je auto-, reis- en woonverzekering bij dezelfde aanbieder af, dan krijg je vaak een nette korting. Toch is besparen niet het enige dat telt. Zekerheid is óók belangrijk. En daar schort het nog weleens aan bij jongeren. Uit recent onderzoek blijkt dat een groot deel van Gen Z – de generatie tussen de 18 en 27 jaar – geen aansprakelijkheidsverzekering heeft. Terwijl die juist cruciaal is: één onhandige actie kan flinke kosten met zich meebrengen. De oorzaak? Onwetendheid. Veel jongeren weten simpelweg niet waarvoor zo'n verzekering is. Maar

zodra je uitlegt dat je ook aansprakelijk bent als je per ongeluk schade veroorzaakt aan een ander, valt het kwartje snel. Het laat zien hoe belangrijk duidelijke informatie en goede uitleg zijn. Gelukkig wordt verzekeren steeds toegankelijker. Veel verzekeraars bieden tegenwoordig online tools aan waarmee je eenvoudig kunt berekenen wat je echt nodig hebt. Schade melden gaat digitaal, soms zelfs met een foto via je telefoon. En kom je er niet uit? Dan is er altijd nog iemand die je telefonisch verder helpt. Kortom: verzekeren hoeft niet ingewikkeld te zijn. Het begint met weten wat je hebt, wat je nodig hebt en wat je misschien kunt schrappen. Een uurtje in je verzekeringspapieren duiken kan je zo tientallen euro's per maand schelen. En dat is in deze tijd mooi meegenomen.

AAN HET WOORD

HUGUES DERÈME
DIRECTOR GENERAL BOIP

Is merkregistratie een blinde vlek voor veel bedrijven?
'Absoluut! De realiteit is dat er erg veel vooroordelen zijn als het gaat om merkregistratie. Het wordt gezien als heel duur, supercomplex, alleen voor grote bedrijven en alleen relevant bij octrooien voor technische innovaties. Het is onze grootste uitdaging om, als officiële instantie voor merkregistratie in de Benelux, die vooroordelen te weerleggen. Het is ontzettend belangrijk dat elke ondernemer weet wat intellectueel eigendom is.'

En dus niet alleen de grote bedrijven?
'Nee. Meer dan tachtig procent van de ondernemers die hun merk bij ons registreert, heeft minder dan tien mensen in dienst. Die weten dat het niet duur is en dat het niet ingewikkeld hoeft te zijn. Als je flink investeert in corporate identity, in marketing, in je merk en logo, dan is het verspillen van geld en tijd als je al die elementen ook niet correct beschermd. En nee, met een inschrijving bij de KvK en een online domeinnaam ben je niet volledig beschermd. Ook dat is een misverstand.'

Hoe krijgt u uw boodschap voor het voetlicht?
'Daarvoor werken we intensief samen met onder andere KvK. Belangrijke boodschap die we willen overbrengen, is dat bescherming van je intellectueel eigendom, zoals het registreren van je merk, waarde toevoegt aan je bedrijf. Daar moet elke ondernemer zich van bewust zijn.'

Allianz Direct biedt verzekeringen met uitgebreide dekking tegen scherpe premie. Makkelijk en snel geregeld.

Allianz Direct maakt verzekeringen makkelijker, sneller en toegankelijker door de “digital first”-strategie, waarbij je onder andere schade via je smartphone regelt. Dit alles vanuit de missie en visie om “digitally unbeatable” en de nummer één Europese online verzekeraar te worden.

De campagne van Allianz Direct die komende week van start gaat, heeft als kernboodschap dat Allianz Direct in alles “digital first” is, vertelt Ron Adams, Head of Marketing & Sales. 'In de belevingswereld van de moderne consument moet het contact net zo makkelijk zijn als bij Thuisbezorgd, Booking of Uber. Dus moeten wij ervoor zorgen dat processen digitaal naadloos verlopen.' Als voorbeeld gebruikt hij een schade bij het in-parkeren. 'Je meldt de schade online en kunt direct foto's van de schade meesturen. We nemen de schade meteen in behandeling en geven je ook relevante informatie terug. Zoals waar je naartoe kunt als je varend vervoer nodig hebt. Bovendien ben je ook nog eens voordeliger uit omdat je direct online verzekerd bent.' Klanten kunnen zelf snel en



makkelijk hun verzekering regelen. 'Op basis van je persoonlijke profiel krijg je een premie die bij je past, waardoor we voor veel doelgroepen zeer scherp geprijsd zijn.' Consumenten die meerdere verzekeringen afsluiten bij Allianz Direct krijgen korting. Allianz Direct staat in Nederland vooral bekend omdat het een van de grootste partijen is in autoverzekeringen. Deze staan bijna altijd in de top 3 en vaak zelfs op positie 1 bij Independer, de grootste vergelijkingssite voor financiële producten. Daarnaast biedt de verzekeraar ook woonverzekeringen en reisverzekeringen aan en staan nieuwe verzekeringsproducten op de planning voor de tweede helft van 2025.

Digital first
'In 2019, toen we van merk zijn veranderd van AllSecur naar Allianz Direct, hebben we binnen Allianz Direct de kans gekregen om een heel nieuw IT-platform te bouwen. Daar draaien inmiddels vijf landen op.' Het grote voordeel is dat het platform helemaal van onderaf – “digital first” kon worden opgebouwd. Hierdoor heeft Allianz Direct een koplopperspositie ingenomen in de digitale transitie. 'We konden nadenken: hoe moet het er uitzien voor de toekomst en hoe kunnen we dat zoveel mogelijk stroomlijnen en schaalbaar maken. Het zorgt ook voor beheersbare kosten. We plukken dagelijks de vruchten, dat we het online systeem van de toekomst hebben kunnen bouwen.' Adams benadrukt dat verzekeren nog steeds mensenwerk is, óók in het smartphone tijdperk. 'Onze mensen maken echt het verschil. We hebben een heel sterke Allianz

‘OP BASIS VAN JE PERSOONLIJKE PROFIEL KRIJG JE EEN PREMIE DIE BIJ JE PAST, WAARDOOR WE SCHERP GEPRIJSD ZIJN’

Direct-cultuur, waarbij we onze medewerkers stimuleren om hun expertise te delen hoe we het nog beter kunnen maken voor onze klanten. Een bedrijf moet continue de verandering omarmen om bij te blijven bij de wensen van de moderne consument. En niet andersom. We kunnen de consument niet opleggen hoe wij het proces het liefst hebben.'

Leefwereld consument
De digital first aanpak lijkt te werken. Klanten ervaren het als snel en gemakkelijk. Zo'n 80% van de claims wordt inmiddels digitaal gemeld en meer dan 85% van de klanten gebruikt digitale kanalen voor servicevragen. Dat wil niet zeggen dat je de schadeafdeling van Allianz Direct niet meer kunt bellen, benadrukt Adams. 'Zoals gezegd, blijft verzekeren “people business” We hebben gelukkig nog veel collega's die dagelijks achter de telefoon of chat zitten bij de schade- en serviceafdeling. Als je er niet uitkomt, zorgen wij ervoor dat je persoonlijk door ons verder wordt geholpen. Uiteindelijk gaat het erom de juiste balans te vinden tussen digitale efficiëntie en menselijke interactie.' Voor reizigers staat een 24/7 alarmcentrale – Allianz Part-

Gen Z is vaker onverzekerd
Uit onderzoek van DCVF (maart 2024) blijkt dat een groot deel van Gen Z, de jonge generatie tussen de 18 en 27 jaar, geen aansprakelijkheidsverzekering heeft. 'Ze snappen niet goed waar het product voor is. Maar als je het ze eenmaal uitlegt, begrijpen ze het meteen en vinden ze het heel relevant. Ze herkennen wel het risico – dat je zonder opzet schade kunt veroorzaken zonder goed na te denken over de consequenties,' vertelt Ron Adams van Allianz Direct.

Bescherm je bedrijf: waarom merkregistratie bij BOIP zo belangrijk is

Noem het waardevolle immateriële activa: de bedrijfsnaam, het logo, het merk, het product, het design. Die vragen om bescherming. Toch laten nogal wat bedrijven op dat vlak een steekje vallen.

'Ik snap het wel hoor,' zegt Hugues Derème, Director General van BOIP, het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom. 'Ik ben zelf ondernemer geweest en weet waar dan meestal de prioriteiten liggen.' Toch is het, benadrukt hij, van groot belang om je naam, je merk, je logo op de juiste manier te beschermen: 'Alleen zo kun je optreden tegen anderen die willen meeliften op jouw succes.' Die juiste manier is: registreer je merk bij BOIP, de officiële instantie voor merk- en modelregistratie in de Benelux. Een handelsnaam

beschermt een naam alleen in de regio waarin een onderneming actief is. Een merkregistratie bij BOIP beschermt de naam in de hele Benelux. Let op, zegt Derème: 'met een inschrijving bij de KvK en een online domeinnaam ben je niet beschermd.'

Binnen een paar minuten
Nog een misverstand: registratie is duur en ingewikkeld. Derème: 'Al vanaf 244 euro* regel je bij BOIP je bescherming. Je merk is dan voor tien jaar geregistreerd, dat is twee euro per maand. En je kunt het, via onze nieuwe module voor elektronisch indienen, binnen een paar minuten doen.' Voordat je als ondernemer registreert, vertelt Derème, kun je via Naamchecker een check doen: 'Dat is een tool die we een paar maanden geleden met



Hugues Derème

KvK hebben gelanceerd. Met een paar klikken heb je toegang tot een database en kun je, vóór de registratie, zien of een handelsnaam of merknaam nog beschikbaar is. Een simpele stap, maar wel eentje waarmee je het risico van conflict uit de weg gaat.'

Talrijke voordelen
Een geregistreerd merk heeft talrijke voordelen. Ondernemers krijgen het monopolie op de naam of het logo van het bedrijf en de geleverde

producten en diensten. Ze zijn, met andere woorden, de officiële eigenaar. Het is hun bezit. Dat bezit kunnen ze weer in licentie geven of verkopen. Ze kunnen optreden tegen namaak én ze maken een betrouwbare indruk: bedrijven die het R-teken gebruiken, stralen daarmee professionaliteit en betrouwbaarheid uit.



Meer informatie? We helpen je graag op weg. Je kunt ons bellen, mailen of een persoonlijk online spreekuur boeken. Kijk op www.boip.int

**) Maak nu gebruik van de actie en ontvang 75% van je aanvraagkosten retour!*

JE MELDT DE SCHADE ONLINE EN KUNT DIRECT FOTO'S VAN DE SCHADE MEESTUREN



Een frisse vloer als start van het voorjaar

Met de grote voorjaarsschoonmaak in aantocht, grijpen veel Nederlanders naar emmer en dweil. Maar wie slim is, kiest voor gemak én innovatie. Een écht schone vloer is dé basis voor een fris huis en een frisse start.



De zon schijnt weer naar binnen en ineens zie je het overal: stof op de plinten, vegen op de vloer en de vage voetafdrukken van de wintermaanden. De grote voorjaarsschoonmaak is voor veel huishoudens hét moment om de boel weer eens flink aan te pakken. Allesreiner is dan onmisbaar – het geeft niet alleen die typische frisse geur, maar ook een schoon gevoel. Toch begint écht fris wonen bij de vloer. Want laten we eerlijk zijn: een blinkend aanrecht is fijn, maar als je vloer nog vol zand, stof of strepen zit, oogt het hele huis rommelig. En juist dat maakt de vloer een belangrijk onderdeel van de voorjaarsschoonmaak. Gelukkig zijn er tegenwoordig slimme oplossingen die het schoonma-

ken niet alleen makkelijker maken, maar ook grondiger. Steeds meer Nederlanders ontdekken innovatieve vloersystemen die dweilen tot een nieuw niveau tillen. Geen geknoei meer met een vieze emmer sop of dweil die je zelf moet uitwringen. Nieuwe technieken zorgen voor een constante toevoer van schoon water en een aparte opvang voor vuil water. Daardoor dweil je nooit meer met oud sop — en dat zie je.

Scchoonmaken zonder gedoe

Het betekent ook: minder tijd kwijt aan schoonmaken, geen gedoe, en vooral een schoner resultaat. Vooral huishoudens met huisdieren of kinderen profiteren van deze technologie, want

vloeren worden intensiever gebruikt en dus sneller vuil. Met een innovatief reinigingssysteem is een dagelijkse snelle schoonmaakbeurt ineens wél haalbaar. Daarnaast zijn veel van deze systemen ontworpen met gebruiksgemak in gedachten: licht in de hand, draadloos, en met handige functies zoals automatische dosering van reinigingsmiddel of zelfreiniging. Zo wordt schoonmaken bijna leuk – of in elk geval een stuk minder vervelend.

Wie dit voorjaar écht schoon wil beginnen, doet er goed aan om eens kritisch naar zijn schoonmaakgereedschap te kijken. Want met een frisse vloer voelt het hele huis meteen lichter, schoner en klaar voor een nieuw seizoen.

UITGELICHT

De 4 voordelen van dweilen met OneUp: Innovatie die je leven gemakkelijker maakt.

OneUp is niet zomaar een dweil – het is een revolutie in schoonmaken. Met de nieuwste technologie biedt OneUp snelheid, efficiëntie en hygiëne. Ontdek de vier voordelen van dit slimme systeem:

1. Altijd schoon water op je vloer

Het watersysteem zorgt voor een constante toevoer van schoon water, terwijl vuil water apart wordt opgevangen. Dit garandeert een hygiënisch resultaat zonder vlekken of vieze strepen.

2. Twee keer zo snel schoon

Met OneUp ben je in de helft van de tijd klaar. Het slimme systeem zorgt voor een snellere en effectievere reiniging, wat tijd en moeite bespaart.

3. Slim en gebruiksvriendelijk

Lichtgewicht, draadloos en met handige functies zoals automatische dosering van reinigingsmiddel en zelfreiniging, maakt OneUp schoonmaken moeiteloos. Zelfs met een drukke agenda blijft je vloer altijd schoon.

4. Ideaal voor elk huishouden

Of je nu kinderen hebt, huisdieren of weinig tijd, OneUp biedt de oplossing. Het maakt het schoonmaken snel, effectief en eenvoudig, zonder gedoe.

Philips OneUp elektrische dweil 2x sneller, 2x schoner, zonder emmer je vloer brandschoon

De Philips OneUp elektrische dweil is de ultieme oplossing voor een efficiënte en grondige schoonmaakervaring. Een dubbel watertanksysteem vangt vuil water op, terwijl de dweil continu van schoon water wordt voorzien. Waardoor je vloer twee keer zo schoon is, terwijl je de helft van de normale tijd kwijt bent aan dweilen.

De grote lenteschoonmaak betekent voor de meeste mensen: het dweilen van het hele huis, óók in de onbereikbare hoeken. Het staat onbetwist bovenaan, samen met kasten uitruimen en het dekbed wisselen. Alles moet schoon en fris. De ramen gaan letterlijk open zodat de frisse lucht kan binnenstromen. De Philips OneUp elektrische dweil is de enige die altijd dweilt met schoon water. Als je 'm nu in huis haalt, worden de vloeren tijdens de grote schoonmaak van dit voorjaar twee keer sneller twee keer schoner.

Dubbel watertanksysteem

Met de Philips OneUp elektrische dweil haal je een krachtig poetshulp in huis, met een dubbel watertanksysteem, waarmee schoon water constant wordt aangevuld en vuil water apart wordt opgevangen. De OneUp is geschikt voor alle vloertypen. De nieuwste innovatie van Versuni, het huis van het merk Philips voor huishoudelijke apparaten en bouwt voor op 130 jaar ervaring. Gevraagd welke innovatieve doorbraak de Philips OneUp uniek maakt, antwoordt Versuni-CMO Marloes Laan: 'Het watersysteem. De continue toevoer van vers water, en het opzuigen van het vuile water en opslaan in een aparte watercontainer. Dat is de kern van onze innovatie.' De dubbele wateropvang zorgt ervoor dat de vloer twee keer zo schoon en twee keer zo snel wordt gereinigd. De elektrische dweil is een doorbraak qua schoonmaakoplossing. Het gepatenteerde OneUp-water-tanksysteem zorgt ervoor dat er constant schoon water wordt aangevoerd. Hierdoor gebruik je alleen maar schoon



MET DE PHILIPS ONEUP ELEKTRISCHE DWEIL HAAL JE EEN KRACHTIG POETSHULP IN HUIS

water tijdens het dweilen. Natte en gladde vloeren behoren tot het verleden. De vloer is sneller droog dan na een traditionele dweilbeurt, omdat de OneUp-technologie ervoor zorgt dat je minder water gebruikt en het vuile, overtollig water wordt opgenomen. 'Veel consumenten vinden het gebruik van een emmer en dweil inspannend en gehannes. Bovendien is het water al vies na de eerste paar keer dat je de mop of dweil uitwringt in de emmer, waardoor de vloer na het dweilen vaak nog steeds een grauwe sluier heeft. Je pakt de Philips OneUp heel makkelijk om even de vloer te doen,' vertelt Versuni-CMO Marloes Laan. 'Ik heb twee kinderen die er vaak een rommeltje van maken en ik loop geregeld achter ze aan. Het geeft echt een heel tevreden gevoel als in een handomdraai de vloer weer schoon is.' Een ander belangrijk voordeel van Philips OneUp: je handen komen niet in aanraking met het water en schoonmaakmiddel, waardoor je geen last hebt van een droge, beschadigde huid na het uitspoelen van de dweil.

Vernieuwend en praktisch

Philips OneUp bouwt voort op de 130 jaar ervaring als merk om met ver-

nieuwende en praktische oplossingen voor moderne huishoudens te komen. 'Innovatie zit in het hart van Philips en Versuni,' vertelt Laan. De prestaties spreken wat dat betreft boekdelen. Philips OneUp gebruikt veel minder water per dweilbeurt, tot wel 90% in vergelijking tot de klassieke dweil en emmer, en bacteriën worden effectief tot 99% verwijderd. Dankzij een pompje met geconcentreerd schoonmaakmiddel kan je de zeep doseren, waardoor je minder nodig hebt. Deze elektrische dweil is gemaakt van gerecycled materiaal en energie-efficiënt. Voor het schoonmaakresultaat maakt het niet uit of het reservoir is gevuld met koud of warm water. De dweildoeken zijn herbruikbaar en kunnen gewoon mee in de wasmachine. Philips OneUp heeft een makkelijk draaisysteem, waardoor je de dweil 360 graden kan draaien en alle hoekjes van de kamer en de vloer onder de bank en kasten eenvoudig bereikt.

'Love it helemaal!'

Philips OneUp is gelanceerd op de afgelopen Huishoudbeurs, in februari. Charo Walop, bekend als de Rotterdamse Poetsqueen, was een van de eersten die de elektrische dweil mocht uitproberen. Haar ronkende review in een mix van Rotterdams en Engels: 'Mijn paleisje is in no-time weer helemaal schoon! Love it helemaal.' De eerste reacties zijn heel positief, vertelt Laan. 'Na de huishoudbeurs waren we 'out-of-stock'. We verwachtten er veel van. We geloven dat dit een echte naam in de schoonmaakmarkt gaat worden.'

Versuni: 130 jaar ervaring in innovatie

Versuni is een 'house of brands', waaronder een aantal merken vallen. Het bekendste merk is Philips, naast Senseo en Saeco. 'Het zijn vertrouwde namen. Daar staan we ook voor: kwaliteit, innovatie en gebruiksgemak,' vertelt Laan. Met meer dan 900 patenten op zijn naam omvat het productportfolio van koffie- en keukenapparatuur, apparaten voor kledingverzorging, binnenklimaat, tot vloeronderhoud. 'We bieden oplossingen om het leven van consumenten makkelijker en simpeler te maken. 'Het streven om van een huis een thuis te maken' is onze alles overspannende doelstelling.'

Versuni



De Philips OneUp elektrische dweil heeft een adviesprijs van €109,99 voor de 3000-serie, en €159,99 voor de 5000-serie. Philips OneUp is te koop bij elektrowinkels en de bekende (web)winkels, zoals Bol.com en CoolBlue.

LAAT JE HUIS STRALEN VAN GELUK



100% REINIGINGSKRACHT



FLES VAN 100% GERECYCLED PLASTIC*



99% INGREDIËNTEN VAN NATUURLIJKE OORSPRONG

* De daadwerkelijke recycling hangt af van het afvalinzamelingssysteem alsmede het recyclingsysteem en recycling capaciteit in uw gemeente.



Een duurzame droomreis op zee met alle luxe van de wereld

Soms vraagt het drukke leven even om een ander perspectief.

Juist nu is het moment om te kiezen voor rust, ruimte en een reis die écht blijft. Laat de dagelijkse drukte achter je en stap aan boord van een luxe cruise, waar duurzaamheid en verfijning samenkomen op open zee.

Ver weg van de massa, dichtbij wat ertoe doet. Aan boord draait alles om aandacht: voor comfort, voor de omgeving en voor jezelf. Geniet van ruime suites met eindeloos uitzicht, culinaire creaties bereid met lokale ingrediënten, wellness met de zee als achtergrond en inspirerende momenten die je meenemen naar een dieper bewustzijn.

Luxe zonder concessies — ook niet voor de planeet.

Deze cruise is ontworpen met oog voor de toekomst: stil varen dankzij schonere technologieën, zorgvuldig afvalbeheer, en eerlijke samenwerkingen met lokale gemeenschappen. Zo ervaar je de wereld op haar mooist, zonder sporen achter te laten.

Deze reis is geen sprint, maar een ritueel van onthaasting. De tijd vertraagt, je blik verruimt, en de horizon opent zich als een canvas voor nieuwe gedachten.

Klaar om koers te zetten naar iets groters?

Gun jezelf een duurzame droomreis op zee. Waar luxe moeiteloos samen gaat met bewust genieten.



Met wat je eet en drinkt kun je positieve impact maken

De teelt van palmolie leidt tot grootschalige ontbossing en steeds minder leefgebied voor dieren. Je kunt daar iets tegen doen als consument.

Van lippenstift tot margarine, van wasmiddel tot babymelk. De kans is groot dat er palmolie in is verwerkt. Palmolie heeft van zichzelf geen smaak en toch heeft het een naar smaakje. Dat heeft alles te maken met de herkomst. Palmolie wordt gewonnen uit de vrucht van oliepalmen. De teelt daarvan zorgt voor grootschalige ontbossing. Volgens het Wereld Natuur Fonds (WWF-NL) ligt 45% van de palmolieplantages in Zuidoost-Azië in gebieden die in 1989 nog bos waren. WWF luidt de noodklok over de ontbossing die door niet duurzaam geproduceerde palmolie wordt veroorzaakt: orang-oetans en andere dieren raken steeds meer leefgebied kwijt. De winning heeft ook positieve gevolgen. Het verbetert de inkomens van mensen op het platteland en versterkt nationale economieën. Maar daar staan vaak veel conflicten tegenover,

over landgebruikrechten en kinder- en dwangarbeid.

Wat kun je doen?

Moeten we palmolie vermijden of zelfs boycotten? Of vervangen door bijvoorbeeld kokosolie? Helaas is zo'n vervanging door alternatieve oliën niet altijd de oplossing. Ook bij de winning daarvan kan ontbossing, natuurverlies en verlies aan biodiversiteit het gevolg zijn. Volgens WWF hoeven we palmolie niet te weren en te vervangen: als het duurzaam geproduceerd wordt, is het een efficiënte olie. WWF is medeoprichter van het keurmerk voor duurzame palmolie, RSPO. Staat dat keurmerk op de verpakking dan kun je ervan uitgaan dat bij productie van de palmolie de natuur beschermd wordt en lokale gemeenschappen een leefbaar loon ontvangen. Certificering van duurzame palmolie is slechts één strategie om bossen te beschermen. Een nadeel van het RSPO-systeem is dat veel bedrijven gecertificeerde palmolie vermengen met niet-gecertificeerde palmolie, waardoor nog steeds ontbossing plaatsvindt. Op veel plekken wordt druk gezocht en gewerkt aan een duurzame alternatieven voor palmolie. Want één ding is zeker! We moeten met z'n allen hard aan de slag om de ontbossing van deze kwetsbare natuur te stoppen! Dat kan bijvoorbeeld met de juiste keuze in de supermarkt.

Samen helpen we met de ommekeer voor het regenwoud

Veel mensen weten niet dat er een directe relatie is tussen wat we dagelijks eten en drinken en de ontbossing van het regenwoud door palmolieproductie. Er verdwijnen per uur 300 voetbalvelden regenwoud in Indonesië en Maleisië om plaats te maken voor palmolieplantages. Het is toch te gek voor woorden dat er nog steeds regenwoud wordt gekapt voor wat er op ons bord ligt – terwijl dat helemaal niet nodig is!

Dit vraagt om een verandering van het systeem, de vraag naar palmolie moet wereldwijd drastisch afnemen om de ontbossing van het regenwoud te stoppen. Door producten met palmolie te vervangen door producten waar niet voor wordt ontbost, kun je bijdragen aan het oplossen van een groot probleem. Dit is precies wat The Flower Farm doet, met lekkere en goede alternatieven voor margarine en broodbeleg zonder palmolie. The Flower Farm is in een paar jaar tijd succesvol omarmd door Nederland. De producten zijn te herkennen aan de krijtzwarte labels met vrolijke bloemetjes. 'We zijn een positief merk. We proberen mensen in staat te stellen om op een simpele manier alledaagse keuzes anders te maken – zonder dat het meer moeite kost of duurder is. Door een product te bieden dat minstens zo lekker is, niet duurder, maar wel beter voor de planeet,' vertellen algemeen directeur Arjen van Strien en marketing directeur Jasper Spaargaren. Zo'n 60% van alle verpakte artikelen in de supermarkt bevat palmolie. Het is moeilijk de juiste keuze te maken. 'Ik snap heel goed dat mensen in de supermarkt soms het spoor bijster raken door alle alarmerende – en soms tegenstrijdige – boodschappen. Maar dat is geen reden om het op te geven. Bij je dagelijkse boodschappen is het bijvoorbeeld niet makkelijk om producten zonder palmolie te kopen. Je wil erop vertrouwen dat merken hun 'huiswerk' doen. Wij nemen die verantwoordelijkheid, ook al is niet altijd makkelijk of financieel aantrekkelijk voor ons. De missie staat voorop,' vertelt Arjen.



PER UUR, 24 UUR PER DAG, VERDWIJNEN 300 VOETBALVELDEN AAN REGENWOUD

statement. Tot en met maart 2025 zijn er al meer dan 40 miljoen palmolievrije producten verkocht. Dat scheelt bijna 2,4 miljoen kilo palmolie. Ter vergelijking: voor de gemiddelde productie van 3.800 kilo palmolie is al één hectare palmolie-plantage nodig. Je snap dus waarom we trots zijn op die 2,4 miljoen kilo. Maar onze ambitie rijkt nog veel verder! Het gaat ons overigens niet om de palmolie, maar om het probleem dat het heeft veroorzaakt: ontbossing. 'We zullen dus de vraag naar palmolie moeten reduceren,' stelt Arjen. Tegelijkertijd groeit de vraag naar palmolie wereldwijd met zo'n 4% per jaar. Dat betekent dat er nog meer ontbossing plaatsvindt, welk keurmerk je er ook op plakt. Een oppervlakte van 1,5 keer Ierland aan regenwoud zal tot 2030 verder verdwijnen als de vraag naar palmolie niet snel afneemt.'

Maar niet via kokosolie

The Flower Farm is continue op zoek naar alternatieven waarvoor niet is ontbost, en waarbij de hele keten ecologisch en maatschappelijk klopt. Kokosolie is daarom niet geschikt als vervanging voor palmolie, vertelt Jasper. 'De beweging om van palmolie naar kokosolie te gaan gaat de wereld ook niet verder helpen bij de bescherming van de natuur en het klimaat. Integendeel. Kokosolie klinkt zo idyllisch maar door plantages aan te leggen, worden massaal mangrovebossen gekapt. En heeft nog desastreuze effecten voor de biodiversiteit. En ook qua gezondheid kun je bij kokosolie vraagtekens zetten, met 90% verzadigd vet.'

De ontbossing stoppen

'We hebben een grote droom: de ontbossing van het regenwoud stoppen! Dat doen we door alternatieven aan te reiken, concurrenten uit te dagen om mee te doen en mensen bewust te maken van dit grootschalige probleem,' vertelt Jasper. Dat dit heel aardig lukt, is een onder-

Klein clubje, groot resultaat

The Flower Farm is nog maar een paar jaar oud en geen onderdeel van een of andere multinational. Sterker nog: met een klein gedreven clubje runnen ze het merk vanaf IKEA-bureautjes in Hilversum. Jasper: 'Van ons kantoor hebben we een groot regenwoud gemaakt. Onze lease-auto is een bebloemde hippie-bus met surfplanken op het dak en als we naar klanten gaan komen we met een orang-oetang knuffel binnen in plaats van een saai brochure,' vertelt Jasper enthousiast. 'Het is een klein initiatief met een grote droom die heel erg aanslaat.' Arjen valt hem bij: 'De meeste bedrijven voegen duurzaamheid toe aan hun bedrijf. Wij zijn vanuit duurzaamheid opgericht. We hebben The Flower Farm opgericht om het regenwoud te redden, elke beslissing die we nemen toetsen we daaraan.' Jasper: 'Het leuke is dat we met zo'n klein team de harten van zoveel mensen in Nederland hebben weten te veroveren. Dat maakt me echt trots.' De grote merken zijn inmiddels door onze komst ook palmolievrij, vertelt Arjen. 'We hebben de industriestandaard verlegd. Dat hebben we toch wel mooi voor elkaar gekregen. Helaas doen de grote merken het nog niet goed en vervangen ze palmolie door een goedkoop alternatief; kokosolie. Onze nieuwe oproep naar producenten luidt: doe mee met z'n allen, maar doe het wel goed. De oproep is kenmerkend voor de positieve missie van het bedrijf. Jasper: 'Als volwassenen zijn we in het klimaatdebat vooral bezig om elkaar te overtuigen van het ongelijk van de ander. Dat is jammer. Misschien moeten we beter luisteren naar de stem van kinderen. Probeer maar eens aan jonge kinderen uit te leggen dat we weten dat er bomen worden gekapt en dieren worden verjaagd voor wat we eten – en dat we er toch mee doorgaan. Dat kan je niet uitleggen. En dan weet je dus, kinderlijk eenvoudig, dat we aan de bak moeten.'

Plant een boom in het regenwoud - The Flower Farm verdubbelt jouw impact

The Flower Farm wil het regenwoud niet alleen beschermen tegen ontbossing, maar ook herstellen. Hiervoor is The Flower Farm een samenwerking gestart met Stichting Trees for All. Samen roepen ze mensen thuis op ook mee te doen. Voor 5 euro kun je een boom planten in het regenwoud op Borneo. The Flower Farm zal elke donatie verdubbelen, zodat Trees for All niet één, maar twee bomen kan planten. Zo zorgen we samen voor het domino-effect en maken we dubbel zoveel impact! Trees for All is een Nederlands erkend doel dat zich al meer dan 25 jaar wereldwijd inzet voor de aanplant van bomen en het herstel van bossen. Met de actie roept The Flower Farm iedereen op om het initiatief op Borneo te ondersteunen.



Scan de QR-code en doneer een boom aan Trees for All. Dan planten wij een boom met je mee.



OCEANIA CRUISES®
YOUR WORLD. YOUR WAY.®

NU MET EENMALIGE KORTING tot 35%

EN EXTRA
400 USD boordkrediet per persoon
Alcoholisch drankenpakket*
*lunch/diner

YOUR WORLD INCLUDED™

Gastronomische specialiteitenrestaurants
Foaien voor het toegewijd personeel
Onbeperkt Starlink® WIFI en veel meer

Equatorial Echoes

LISSABON TOT KAAPSTAD
25 nachten | 7 november 2025 | *Oceania Sirena*

PRIJS PER PERSOON VANAF*		
VERANDA	CONCIERGE	PENTHOUSE
€ 7.943	€ 8.346	€ 11.004



VOOR MEER INFORMATIE VERWIJZEN WIJ NAAR **OCEANIACRUISES.COM** OF JE VERTROUWDE REISAGENT



SCAN DE QR-CODE VOOR MEER INFORMATIE

*Aanbiedingen, tarieven en vaarroutes gelden tot 31 mei en zijn onder voorbehoud van wijzigingen of intrekking zonder voorafgaande kennisgeving. Promotie en korting beschikbaar op specifieke categorieën op specifieke afvaartdata, onder voorbehoud van wijzigingen en volgens capaciteit. Het bedrag van de korting is verrekend in prijs per persoon. Voor deze promotie (International Specials - Promotie) worden gasten onbetaald wijn, bier & champagne tijdens lunch en diner. De waarde van het krediet aan boord van maximaal US\$800 per persoon. Voor andere afritten onder deze promotie varieert dit bedrag afhankelijk van de duur van de reis. Alle tarieven zijn uitgedrukt in euro, enkel voor nieuwe boekingen, zijn onder voorbehoud van beschikbaarheid, kunnen in allen tijde worden ingetrokken en zijn op basis van een tweepersoonsbezetting (tenzij anders aangegeven) - behalve de tarieven voor Solo, die gelden voor slechts één reiziger op basis van een eenpersoonsbezetting. *Vliegvervoer met inbegrip van transfers is beschikbaar op verzoek en tegen meerprijs. Contacteer ons voor meer informatie. De onbetaalde WIFI geldt niet voor streaming en omvat een login voor de eerste twee toestellen per hut (één login voor Solo-reizigers). Surf naar OceaniaCruises.com/Internet voor meer informatie. In alle cruisetarieven zijn foaien inbegrepen voor het personeel in de hut/suite en in de restaurants, evenals belastingen en vergoedingen. Bijkomende foaien zijn van toepassing voor andere diensten of aankopen aan boord, met een tarief van 20%. Niet alle promoties zijn cumuleerbaar. De tarieven kunnen variëren volgens het tijdstip van afvaart en de "Tarieven vanaf" zijn gebaseerd op de laagst mogelijke beschikbare categorie op het moment van publicatie, tenzij anders aangegeven. De afmetingen van de suites en hutten zijn approximatief, en de grootte in dezelfde categorie kan variëren. In de suites en hutten kan het meubilair ook anders geplaatst zijn dan op de foto's. Privacy en gegevensbescherming zijn heel belangrijk voor ons. Wij verzamelen, gebruiken en delen gegevens zoals beschreven staat in ons privacybeleid, dat te vinden is op onze website OceaniaCruises.com/legal/

Ik willem!



De lekkerste
oranje tompouce
haal je bij *Jouw*
ambachtelijke
bakker.nl