Side by Side

Nr. 2 2018

Kwartaaluitgave van
Amsterdam Airport Schiphol
voor de medewerkers van
Retail, Horeca en Services

Tijd voor de zomer! **2**

Doneer **voor Mies met MS** **4**

De groenste pier van Schiphol **6**

Sssstttt... Stilte aub **9**

Welcome to Amsterdam Airport

Schiphol

Het is tijd voor… **de zomer!**

Het aftellen kan beginnen: Time for Summer Shopping komt er weer aan! Dé zomercampagne van Schiphol gaat vanaf 1 juli van start en loopt tot en met 31 augustus. Maak kennis met de prachtige 'summer' experience die bezoekers en passagiers op Amsterdam Airport Schiphol gaan ondervinden in juli en augustus.

Summer experience!

Deze zomer nemen we de passagier mee aan de hand, van huis tot thuis, op een reis door het fantastische retail aanbod van Schiphol. Vanaf het moment dat de passagier zich thuis oriënteert op zijn of haar reis, het parkeren op Schiphol, het winkelen na security, tot aan de terugkomst op Schiphol Plaza: overal zal de passagier in contact komen met ons SUMMER-concept. Hiermee wordt beoogd hen vooraf en op Schiphol aan te zetten tot het kopen van onze nieuwste Special Offers: dit zijn meer dan 100 zomerse producten en speciale aanbiedingen die je als reiziger niet mag missen deze zomer.

Schiphol musthaves in zes zomerse werelden

Om reizigers tot aankoop van de Special Offers te verleiden, bieden we inspiratie met de zes SUMMER-letters. Deze letters vertegenwoordigen ieder een eigen zomerse wereld, waarin de producten en speciale aanbiedingen van Schiphol worden vertegenwoordigd. Zo neemt de **letter S** je mee in de wereld van de "Perfect Pool Essentials". Dit zijn de producten die je nodig hebt voor een heerlijke vakantie aan het zwembad. Vervolgens word je in de **letter U** ondergedompeld in een "Diamanten" wereld. In stijl en met veel luxe begin jij dan de vakantie! De wereld van de **letter M** staat in teken van "Sunny Scents", oftewel de meest zomerse geuren, kleuren en structuren. Dit in tegenstelling tot de tweede **letter M**, waarin je wordt overdonderd door "Gorgeous Gadgets", dé digitale musthaves voor deze zomer. Koop je liever wat eten en drinken voor vertrek? Dan voel jij je thuis in de wereld van de **letter E**. Van chocolade tot Hollandse stroopwafels en heerlijke whiskey: "Taste before take-off" staat hier centraal. Tot slot is de allerlaatste wereld, de **letter R**, misschien wel de meest populaire zomerse wereld: "Beautiful Beach". Met de Beautiful Beach items ben je goed voorbereid op een warme, kleurige, hippe, maar vooral prachtige strandvakantie!

Om het zomerse gevoel van al deze werelden mee te nemen naar de vakantiebestemming, krijgen reizigers in juli en augustus een unieke Summer Shopping canvastas cadeau bij aankoop van de Special Offers , bij een minimale besteding van €10,-. ●

Be ready, It's Time for Summer Shopping!

Op de voorzijde:
Glenda Dwarkapersad Sharma van Kappé Perfumes & Cosmetics Lounge 3

Je inbreng stellen we zeer op prijs. Neem voor het aanleveren van kopij of ideeën voor de volgende uitgave contact op met de redactieraad voor 1 augustus 2018. Je kunt ook mailen naar sidebyside@schiphol.nl

COLOFON

Redactie en eindredactie
Liesbeth Mahieu (Amsterdam Airport Schiphol)
Maters & Hermsen journalistiek

Ontwerp & Productie
Graphic Invention, de Meern
Art Director Xander Richters

Fotografie & Illustraties
Xander Richters en anderen

Redactieraad
Liesbeth Mahieu (Amsterdam Airport Schiphol)
Serge Hubers (Lagardère Travel Retail)
Meddy de Graaff (HMSHost)
Anita van der Zel(AKO)
Carolina de Wit (Kappé)

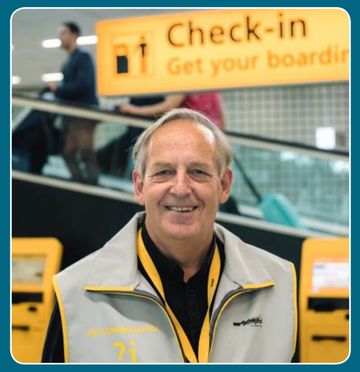
Uitgever
Amsterdam Airport Schiphol

Overname van teksten of delen van teksten is slechts toegestaan met bronvermelding en na verkregen toestemming van de uitgever, telefoon (020) 601 23 18.

"Elke woensdag een feestje"

Welcome@Schiphol werd twee jaar geleden opgericht, een poule van oud-Schipholmedewerkers die passagiers met raad en daad bijstaan. Deelnemers Ron Mak en Angela Lakeman voelen zich als een vis in het water in deze parttime vrijwilligersbaan.

Zaterdagochtend staat Ron Mak, oud-medewerker van Capi Electronics bij Transfer tussen de E- en F-Pier. Een plek waar hij te maken krijgt met veel vragende blikken. "Passagiers zien niet meteen waar hun volgende vlucht heengaat en vragen mij om hulp. Dat is beter dan dat ze de mensen van security aanspreken, want zij hebben andere zaken aan hun hoofd", glimlacht Ron. Hij houdt elke vraag bij met een klikapparaatje om te zien hoeveel mensen hij heeft geholpen. "Die zaterdag had ik 94 kliks."



Stappenteller

Ron loopt tijdens een dienst van vier uur heel wat af. "Ik begin vaak bij de G-Pier en loop dan naar C of B en weer terug. Op mijn stappenteller staat er dan zeker vijf tot zeven kilometer. Best vermoeiend, maar je blijft wel in beweging. Bij Capi moest ik steeds in mijn hokkie blijven."
Het is dankbaar werk. Ron beantwoordt niet alleen vragen, maar gaat soms - letterlijk - een stapje verder. "Een paar weken geleden zag ik drie Spanjaarden in paniek raken. Zij moesten niet bij F8 zijn, maar bij E8. Op mijn telefoon zie ik dat de gate al gesloten is. Met een flinke draf ga ik met de passagiers naar de E8 gate. Daar zijn alle passagiers al ingestapt. De gatecoördinator vraagt: zijn dit nog passagiers voor de vlucht naar Guayaquil? Ik zeg ja, waarop hij zegt: wat maak jij mij blij, wij kunnen nu op tijd vertrekken. Hij vloog mij bijna om de hals. KLM blij en passagiers heel dankbaar, dat maakt dit werk toch prachtig."

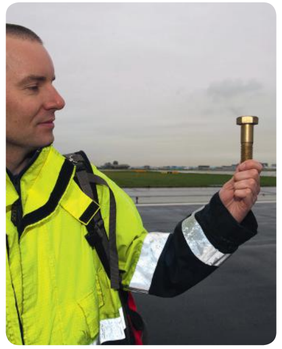
Feestje

Angela Lakeman werkte 32 jaar bij Kappé en is sinds twee jaar gastvrouw van Welcome@Schiphol. "Ik doe het een keer in de week, op woensdag. Je ontmoet leuke mensen die je probeert te helpen. Het is elke keer een feestje en je valt van de ene in de andere verbazing. Mensen die de hele wereld over reizen, maar geen enkele taal spreken. En laatst heb ik een Canadees geholpen. Hij kwam buiten adem bij me, wist niet meer op welke luchthaven hij was. Hij reisde van Italië naar Ontario en had niet eens in de gaten dat hij een tussenstop op Schiphol had gemaakt."
Ken je iemand die het leuk lijkt deel uit te maken van het Welcome@Schiphol team, dan kan hij/zij contact opnemen met Elsbeth. Bouman: **bouman@schiphol.nl** ●

Bron: AiReport

What the FOD?

Een klein steentje dat tijdens het opstarten van het vliegtuig de motor inwaait en de bladen kapot maakt. Dat willen we natuurlijk niet! Daarom staat er dag en nacht een FOD-team paraat om Schiphol te beschermen tegen ronddwalende voorwerpen. FOD staat voor Foreign Object Debris.



Overal in de buurt van de start- en landingsbanen vind je zogeheten FOD-bakken, eigenlijk een mooi woord voor normale vuilnisbakken.

Vuilnisman

Daarnaast hebben we hekken tussen de wegen op airside en het platform, wat voorkomt dat het merendeel van het FOD de start- en landingsbanen op vliegt. Elke dienst zijn er een veger en FOD-ruimer aan de slag. De veger zit in een veegwagen en gaat de pieren langs. De FOD-ruimer is de vuilnisman aan airside, hij prikt het afval uit de hekken en zorgt ervoor dat alle tweehonderd vuilnisbakken worden geleegd.

Antiskid

's Nachts gaat er nog een grote veegmachine over alle taxi- en landingsbanen. Overdag is het daar te druk voor met vliegverkeer.

Dit wordt drie keer per week gedaan. Per start- en landingsbaan wordt er dan zo'n 50 tot 80 kilogram FOD opgehaald. Dit zijn voornamelijk steentjes. Een baan heeft namelijk een toplaag van antiskid, een soort schuurpapier. Dit zorgt ervoor dat de baan stroef is en vliegtuigen makkelijker kunnen remmen. Doordat er elke dag veel vliegtuigen op de baan landen en vertrekken, kan je je voorstellen dat die steentjes na een tijd los laten. En dat zorgt dus voor FOD.

Opgeruimd

Hoe komt die FOD nou eigenlijk op het platform en langs de taxibanen terecht? Dat kan op allerlei manieren. Er zijn bijvoorbeeld vrijwel altijd werkzaamheden gaande op en rondom het landingsterrein, denk aan platformonderhoud. En er kunnen natuurlijk ook dingen wegwaaien richting de start- en landingsbanen. Alles wordt netjes opgeruimd door het FOD-team, zodat iedere vlucht veilig van Schiphol kan vertrekken. ●

Elke seconde telt voor Mies met MS

Richard Theisen is de drijvende kracht achter de HMSHost deelname aan de Lekkerste Broodjes competitie op de Horecava. Maar hij heeft momenteel een heel ander doel voor ogen; 75.000 euro inzamelen voor de medische behandeling voor zijn jongste dochter Michèlle, door haar ouders Mies genoemd. Hiermee kan ze een stamceltherapie ondergaan om haar ziekte Mutiple Sclerose tot stilstaan te brengen.

Richard: “Tot voor kort leefden wij in het kleine huis op de prairie; onze twee meiden deden het goed en Michèlle ging naar de politieacademie. Toen kreeg ze last van ontstekingen en werd blind aan een oog. In het ziekenhuis bleek dat ze MS had, en wel de snelle variant. Waar anderen in veertig jaar MS ontwikkelen, gebeurde het bij haar in een paar maanden.”

36.000 euro

“Je komt in een wereld terecht die niet te omschrijven is. Je raakt verzeild in een juridisch steekspel dat je niet begrijpt. De pillen die ze slikt, kosten alleen al 36.000 euro per jaar.
Wij dachten: als je die pillen niet meer slikt en een stamcelbehandeling ondergaat, heb je dat in twee jaar uitgespaard. Maar de verzekeraar denkt daar anders over en wil de behandeling niet vergoeden.
Onder leiding van mijn oudste dochter Krystle zijn we een crowdfundingactie gestart. Zo zocht Krystle contact met kranten en onlangs stond ze in het katern Vrouw van de Telegraaf. Bij de plaatselijke Albert Heijn hebben ze bij de statiegeldflessen een doneerknop, waarbij het geld naar een goed doel gaat. Inmiddels halen we bij drie AH’s geld op. En op zaterdag op de markt deelt ze flyers uit.”

Guido Weijers

“Van 0 naar 75.000 euro lijkt onmogelijk. Maar je staat er versteld van hoe iedereen ons ondersteunt. Daar word ik een beetje stil van. Mijn collega’s van HMSHost hebben donaties gedaan. Krystle heeft Guido Weijers een keer gesproken. Hij heeft een bericht op social media gezet en iedereen opgeroepen een paar eurootjes te doneren. Dan zie je meteen het bedrag omhoog gaan.
Onze ome Cor had laatst een jubileumetentje. Hij wilde geen cadeaus, maar geld voor Mies. Toen hij avonds het bedrag bekendmaakte, zei iemand in de zaal: ik verdubbel het bedrag. We zaten toen op 2350 euro en iemand anders zei: ik vul het aan tot 2500 euro. Wauw. We krijgen hulp van links en rechts en alle kleine beetjes helpen.
Iedereen die me kent, heeft mij nog nooit chagrijnig gezien. Ik probeer het leven zo positief mogelijk te benaderen. Daar haalt mijn dochter kracht uit. Ze woont nog zelfstandig en dat wil ze blijven. Ik help met het naar buiten sjouwen van de vuilnisbak.”

Pittig

De behandeling is op 23 juli gepland. De therapie reset het immuunsysteem en brengt zo de MS tot stilstand. Het wordt pittig voor Mies, ze gaat er met lang zwart haar in en komt er kaal uit. Ik ga met mijn dochter mee naar Mexico. We hebben goede hoop, Michèlle is een bijtertje. Maar elke seconde telt voor haar. In Zweden is een wachtlijst van drie jaar voor de behandeling, in Amerika is het te duur, dus wordt het Mexico. Elke dag zie ik de teller van de doneersite omhoog gaan. Er zijn mensen bij Schiphol die er elk uur even naar kijken.”

Meer weten over de actie Mies met MS? Kijk op **www.miesmetms.nl** voor alle info over haar leven, de doneeractie en de actuele stand. ●

Bron: AiReport

Top 5: opmerkelijke vracht

Met 1,75 miljoen ton vracht staat Schiphol op plek drie qua vrachtvervoer in Europa. Wat gaat er zoal mee in het vliegtuig? Eigenlijk alles. Van paprika tot helikopter. En met zoveel vracht zit er ook altijd wel wat bijzonders bij. Een Top 5.

1. Don’t cry for me Abu Dhabi
De musical Evita ging op tour naar de Verenigde Arabische Emiraten. Een propvolle Boeing 777 vertrok met het volledige décor en kostuums vanaf Schiphol naar het Midden-Oosten. Qua gewicht stelt dat niet zoveel voor, maar décorstukken zijn allemaal groot in omvang. Probeer dat maar eens allemaal in één vliegtuig te krijgen.

2. Op volle toeren
Het is de Formule 1 van de motorsport: de MotoGP. Dit circus vliegt de hele wereld over. Van het TT-circuit in Assen kwamen alle motoren, extra onderdelen en gereedschap met vrachtwagens aan op onze luchthaven. Er waren twee Boeing 747’s voor nodig om alle kisten met motoren te vervoeren naar de volgende race in Japan. Belangrijke vluchten, want als er iets mis gaat, dan staat coureur Valentino Rossi ineens zonder motor aan de start.

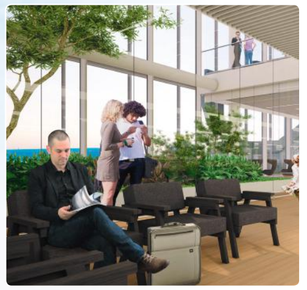
3. Tien seconden rijden in een Bugatti
Voor de jaarlijkse grand tour van Bugatti vervoerden we zeven van deze peperdure auto’s - je moet minstens 1,5 miljoen euro in je portemonnee hebben - naar Chili. Eén gelukkige medewerker mag dan even achter het stuur plaatsnemen om de Bugatti op een speciale plaat te rijden. De auto’s zetten we vast met spanbanden en vervolgens hijst een vorkheftruck de platen met Bugatti’s op elkaar. En dan kunnen de auto’s zo het vliegtuig in.

4. Paard in de gang... euh, vliegtuig
Elke dag vervoeren we paarden. Dat zijn niet de paarden uit de wei van boer Jan. Denk aan ren-, spring- of dressuurpaarden. Die vliegen naar een evenement in Las Vegas of een race in Hong Kong. Er passen 60 tot 70 paarden in een vliegtuig (vaak een Boeing 747 of 777). Zij staan in speciale boxen, waar ook water en hooi in zit voor de dieren. Er vliegen altijd een paar verzorgers – zogeheten grooms – mee, die op de paarden letten tijdens de vlucht.

5. Duur ‘pakketje’
Een Bugatti dure vracht? Wat dacht je van een vliegtuigmotor! Een straalmotor van een A380 kan al snel vijftien miljoen kosten. En ook die zijn, net als bij auto’s, wel eens aan vervanging toe. De motoren gaan in een luchtdichte hoes, met zo’n dertig pakketjes vochtvreters. Vliegtuigmotoren zijn namelijk kwetsbaar voor weersinvloeden en we willen niet dat er zich roest vormt op de motor. ●

De *groenste pier* van Schiphol

Eind 2019 nemen we de nieuwe pier in gebruik met acht nieuwe gates. Het wordt de duurzaamste pier van Schiphol. Onder meer door gebruik te maken van isolerend glas, hergebruik van plastic en zonnepanelen. Aan bomen, bloemen en planten is ook geen gebrek op de nieuwe pier.
De pier verrijst straks ter hoogte van vrachtstation 1. Nu zie je op die plek nog een kale fundering. In de pier komen ook securityfilters, grenscontroles, winkels en horecavoorzieningen. Het wordt de 'groenste' pier van Schiphol. Zonnepanelen zorgen voor stroomopwekking en het doorspoelen van het toilet gebeurt met regenwater.



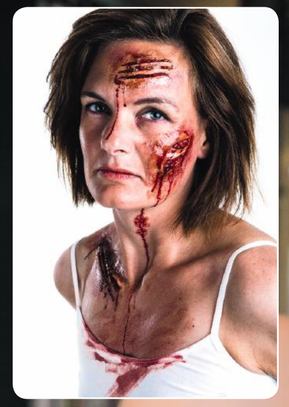
Beveiliging
Met drie verdiepingen is het mogelijk om reizigers met een verschillende grens- en beveiligingsstatus te scheiden. 'Samen kunnen we passagiers en luchtvaartmaatschappijen extra capaciteit, ruimte en moderne voorzieningen bieden', zegt Birgit Otto van Schiphol Group. Door de nieuwe gates is een snellere doorstroming voor reizigers mogelijk. Dat is mooi, want het worden er steeds meer.

14 miljoen reizigers
Met de bouw van de nieuwe pier willen we het groeiend aantal reizigers en vliegtuigen via Schiphol efficient en gastvrij begroeten. Naast meer ruimte voor reizigers krijgt het gebouw kunst en speelplaatsen voor de kids. Schiphol en het team AECOM – samen met Cepezed, Imd, dGmR en Copijn – ontwierpen samen de pier. Ballast Nedam en TAV Construction bouwen de pier, de gatehuizen en de vliegtuigopstelplaatsen. ●

Facts & Figures

- De voorbereidingen voor de nieuwe pier zijn in volle gang. 20.000 vierkant meter beton is verwijderd en er zijn meer dan 1.000 heipalen aangebracht.
- Er ging een jaar ontwerpen aan vooraf, waar meer dan 100 mensen aan meewerkten.
- De oppervlakte van de pier bedraagt 55.000 vierkante meter, ongeveer elf voetbalvelden. De huidige B-pier zou er twee keer inpassen.
- Aan de noordkant van de pier is er plaats voor 5 kleinere vliegtuigen, aan de zuidkant voor 3 grote vliegtuigen.
- Duurzaamheid staat hoog in het vaandel. Er wordt 5.000 vierkante meter aan zonnepanelen geplaatst. Het plafond is van hergebruikt plastic en een groot gedeelte van de vloer is van bamboe.

De hobby van
Merle Holterman



Merle weet raad met **bloederige taferelen**

Een opgezet oog, een dichtgenaaide mond of een zware schotwond. Merle Holterman weet er wel raad mee. Als special effects make-up artist brengt ze bij acteurs angstaanjagende en bloederige wonden aan. Maarre… gelukkig zijn ze nep.

Wil je meer weten over Merle. Kijk dan even op haar website:
www.merleholtermanvisagie.com

Merle werkt ruim een jaar bij de AKO op Schiphol. Voor die tijd was ze freelance visagiste en deed de make-up voor klanten, maar ook 'op de set' van films en tv-programma's. "Als freelancer heb je een onzeker bestaan. Ik was 36 jaar en wilde meer vastigheid. Toen ben ik bij de AKO gaan solliciteren."

Siliconen prothese

De laatste jaren was ze zich al meer gaan richten op special effects make-up. Dat is een techniek om bij acteurs in films een bloederige wond aan te brengen. Dat gaat als volgt: eerst klei je een wond waarvan je een mal maakt. Daarna maak je een siliconen prothese, plakt dat op de huid en vervolgens kleur je het in met make-up. "Er komt veel techniek bij kijken. Ik ben soms drie tot vier dagen bezig met een wond."
Merle heeft zich deze technieken helemaal zelf aangeleerd, via YouTube filmpjes. "Maar soms dacht ik wel eens: hoe doen ze dat nu? Daar kwam ik niet echt achter." Mede door haar vaste werk bij AKO heeft ze gespaard voor een opleiding in Londen bij de Pinewood Studios. De cursus werd gegeven door Stuart Bray, die werkte voor Games of Thrones, The Mummy, Saving Private Ryan en Harry Potter. Het was leerzaam, maar zwaar. "Londen is zo groot. Ik overnachtte bij een vriendin en was elke dag vijf uur onderweg van en naar de studio's. En dat vijf dagen achterelkaar."

Pierre Bokma

Weliswaar doet Merle nog de normale make-up voor klanten, maar het liefst is ze bezig met de special effects. Ze heeft aan het oorlogsdrama De Blauwe Maagd meegewerkt, met hoofdrolspelers Pierre Bokma en Sytske van der Ster. "Bij Pierre moest ik een snee in zijn wang opmaken. Soms heb je meerdere draaidagen en moet je goed in de gaten houden dat de wond hetzelfde blijft. Dat doe je door veel foto's en notities te maken. Er waren dagen bij dat ik 12 tot 13 uur werkte, soms tot 5 uur 's nachts."

Dit voorjaar ging ze voor collega Daan van den Heuvel aan de slag. Daan stond eerder in de hobbyrubriek van Side by Side als stripfanaat. "Daan is gek van stripboeken. Tijdens de Haarlemse stripdagen ga ik hem opmaken als Frankenstein." En zo komen er veel leuke dingen op haar pad, vertelt ze. "Een filmmaker van AT5 wil een item maken over mij."

Fulltime

Want het is redelijk uniek om als special effects make-up artist te werken. In Nederland zijn ze op een hand te tellen. In Amerika en Engeland verdienen veel meer mensen fulltime hiermee hun brood . Wil Merle niet zelf haar beroep ervan maken? "Nee hoor, de combinatie met AKO vind ik prima zo. Bij de AKO kan ik een week van tevoren mijn beschikbaarheid opgeven en zo kan ik tijd vrijmaken voor mijn andere werk. Maar het zou wel fantastisch zijn om nog eens in Hollywood aan een productie te kunnen meewerken. Al is het maar als stagiaire." ●

Bron: AiReport

Het nieuwe Stiltecentrum

Sssstttt... Stilte aub

Het stilste stukje van Schiphol heeft een nieuw onderkomen. Het Stiltecentrum is te vinden op de tweede verdieping van Lounge 2. Reizigers en medewerkers die even komen bidden, mediteren of gewoon behoefte hebben aan stilte, kunnen hier terecht.

Moslims, joden, christenen, hindoes en boeddhisten: alle religies en overtuigingen zijn welkom. Het Stiltecentrum ontvangt zo'n 60.000 bezoekers per jaar. Daar zal menig Nederlandse kerk best een beetje jaloers op zijn. Luchthavenpastores Marieke Meiring: "Hier komen reizigers voor een moment van bezinning."

En dat is ook te zien: moslims en joden bidden gebroederlijk naast elkaar. Een man die pas zijn vrouw verloren is, praat zachtjes met een van de luchthavenpastores. En een vrijwilliger zoekt naar een Finse Bijbel. Wist je dat we daar de Tenach, Bijbel en Koran in ruim 90 talen in de boekenkast hebben staan? Vaak zijn de heilige boeken gedoneerd door reizigers.

Luisterend oor

Op geen andere luchthaven ter wereld vind je achter security een stiltetuimte. Schiphol heeft al sinds 1975 een eigen Luchthavenpastoraat. Op dit moment zijn er drie luchthavenpastors: Mark Hafkenscheid, Gerard Timmermans en Marieke. "Hoewel we alle drie verschillende religieuze achtergronden kennen, doen we hetzelfde werk op Schiphol. We bieden een luisterend oor en steunen diegenen die op zoek zijn naar geborgenheid en bezinning. Daarbij krijgen we hulp van 25 vrijwilligers."

Welkom in alle stilte

Iedere zondag om 11 uur is er een viering waarbij iedereen welkom is. Ook zijn er kerkdiensten op bijzondere dagen, bijvoorbeeld rond Pasen en Kerstmis. Je mag vrij in- en uitlopen, want de deur staat altijd open. Marieke: "Het Luchthavenpastoraat is er om hulp te bieden. Bijvoorbeeld voor mensen die een dierbare zijn verloren, die angstig zijn om te vliegen of die het even niet zien zitten." ●

Shoppers op Schiphol

Een flesje parfum, wat te eten voor onderweg of een compleet nieuwe outfit: klanten kunnen op Schiphol terecht voor van alles en nog wat. Maar wie zijn die shoppers precies? En wat kopen ze? In de rubriek Shoppers op Schiphol laten we het winkelend publiek aan het woord.

Jean, Erin en Kristin Cronjé bij Nespresso

Wat hebben jullie gekocht?
Erin: "Een paar pakjes van de nieuwste smaak: Explorations 2018. En we drinken even lekker een kopje koffie." Jean: "We hebben Erin verrast! Ze is volgende week jarig en haar zus Kristin zou naar haar toe vliegen. Ik ben als verrassing meegekomen. Zij woont hier en wij wonen in Zuid Afrika. Zag je haar gezicht toen ik binnenkwam??"

Shoppen jullie vaker op Schiphol?
Jean: "Niet echt. We vliegen in en uit en nemen nooit de tijd om lekker te winkelen. Nu ook niet, het was een lange vlucht. Ik heb vooral zin in een gin tonic en een douche!"

Als je dan toch moet kiezen, wat is dan je favoriete winkel?
In koor: "Nespresso!" Erin: "De koffie is altijd betrouwbaar goed." Kristin: "En het heeft geschiedenis. Onze oom woont in Zwitserland en heeft ons een keer meegenomen naar het Nespresso hoofdkantoor in Lausanne. Dat is een speciale herinnering." ●

Kappé traint medewerkers in shopping experience

De meeste businesspartners op Schiphol hebben een gastgerichtheidsprogramma en daar zal Side by Side de komende tijd aandacht aan besteden. De aftrap is voor Kappé. De reiziger centraal is de belangrijkste pijler van hun trainingsprogramma Shopping Experience. Joyce Popall, Training Manager bij Kappé, vertelt erover.

Wat houdt dit trainingsprogramma in?
"Het is een totaal opleidingsprogramma, voor alle Kappé-verkoopmedewerkers van de parfumerie/cosmeticawinkels op Schiphol, inclusief een introductieprogramma voor nieuwe verkoopmedewerkers. De training gaat in op algemene vakkennis, verkoop en informatie over alle vooraanstaande luxe parfum- en cosmeticamerken. Belangrijk onderdeel is de kennis van klantprofielen. In de introductietraining onderscheiden we zes klantprofielen op basis van geslacht, leeftijd, nationaliteit, alleenreizend of in gezelschap, doel van de reis en emigratie. De klantbenadering, communicatie, gastvrijheid, service en etiquette stemmen we nauwkeurig op deze klantprofielen af."

Hoe ziet de opzet van de training eruit?
"Iedere eerste drie dagen van de maand start een training voor nieuwe verkoopmedewerkers. De groep telt maximaal twintig deelnemers. De eerste dag komen de klantprofielen aan de orde. Dag twee gaat over de Kappé verkoopmethode en de parfumbasiskennis en de derde dag krijgen ze kassatraining. Twee maanden later is er een training over skincare en na zes maanden volgen opnieuw trainingen over parfum en skincare. Overigens krijgen de verkoopmedewerkers die al in dienst zijn ook regelmatig bijscholing op al deze gebieden en in de nieuwe productlanceringen."

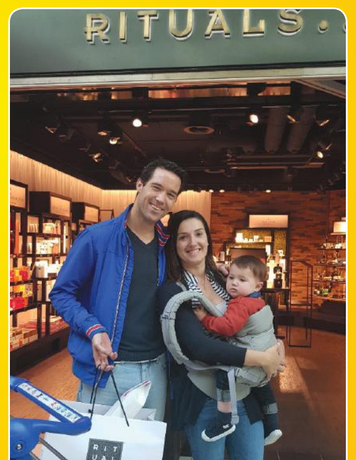
Wat leren ze er precies?
"Het belangrijkste dat ze moeten leren is omgaan met klanten. Bij al onze trainingen is de shopping experience de rode draad, net als bij het That's Me trainingsprogramma. Hoe stem je je communicatie en dienstverlening af op de grote diversiteit aan klanten hier in de terminal? En de verschillen kunnen groot zijn. Amerikanen bijvoorbeeld stellen hoge eisen aan de dienstverlening. Je moet echt alles uit de kast halen. Aziatische passagiers reizen vaak in groepen en dan is het slim je zoveel mogelijk te richten tot de reisleider van het gezelschap. Om dit te oefenen, werken we met interactieve trainingen waarbij de cursisten workshops doen en daarop feedback krijgen. Zoals ook in de That's Me trainingen is oefenen met praktijkgerichte voorbeelden belangrijk om de klantgerichte houding zelf te ervaren." ●

Shoppers op Schiphol

Een flesje parfum, wat te eten voor onderweg of een compleet nieuwe outfit: klanten kunnen op Schiphol terecht voor van alles en nog wat. Maar wie zijn die shoppers precies? En wat kopen ze? In de rubriek Shoppers op Schiphol laten we het winkelend publiek aan het woord.

Remco van Oosten, Marta Pinto en zoontje Oliver bij Rituals

Wat hebben jullie gekocht?
Marta: "Cadeautjes voor mijn schoonmoeder: wat geurstokjes voor in huis en een pakketje met lekkere bodycream, scrub en dat soort dingen. Dat vindt ze heerlijk!" Remco: "Het is voor moederdag en ook voor haar verjaardag. We zijn een weekje op vakantie in Nederland, want we wonen in Malaga, Spanje."



Shoppen jullie vaker op Schiphol?
Remco: "Eigenlijk niet. We werken allebei in de luchtvaart, daar hebben we elkaar ook ontmoet. Voor ons zijn luchthavens niet echt een speciale plaats om te shoppen. Maar als we hier zijn kopen we wel vaak iets bij Rituals."

Wat is jullie favoriete winkel?
Remco: "Tja, Rituals dus! Hier komen we altijd om cadeautjes te kopen en dat is altijd goed." ●

Hup hupppppp! *Trek wat leuks aan*

Wil jij Fred van Leer, de bekendste glamour-stylist van Nederland, in levende lijve zien? Kom dan op 5 juli naar de AKO op Schiphol, waar hij zijn nieuwste boek 'Leer van Fred' signeert.

Fred is momenteel te zien bij TLC met zijn nieuwe tv-programma Alles uit de kast. Maar hij blijft bovenal stylist. Reden voor Fred om het boek 'Leer van Fred' te schrijven, vol heerlijke anekdotes, tips en tricks.

Waanzinnig

In het boek doet Fred een boekje open over zijn persoonlijke leven en deelt hij zijn beste stylingtips. Wat moet je als vrouw in je kledingkast hebben? Wat kan wel en wat absoluut niet? Hoe kun je basisitems combineren om toch elke keer weer een nieuwe look te creëren?
Het gaat Fred niet om wat 'in' is in de mode, maar om je te kleden naar je figuur. Of, zoals Fred zelf zegt: "Heb plezier met kleding. Maak er een feestje van. Met mode versterk je je emoties. Speel daarmee. Iedereen is anders, maar iedereen kan er waanzinnig uitzien. Dus hup hupppppp! Trek wat leuks aan, straal plezier uit en kijk hoe mooi je bent! Have fun, girls." ●

De signeersessie vindt op 5 juli plaats bij de AKO op Schiphol Plaza van 12.00 tot 13.30 uur.

Verantwoord genieten van de **zon**

Het is belangrijk is om je huid te beschermen tegen de zon. Joyce Popall, Training Manager van Kappé, geeft de lezers van de Side by Side vijf tips, hoe optimaal met de zon om te gaan en van de zon te genieten. En uiteraard kun je altijd bij één van de Kappé cosmetica winkels op Schiphol binnenlopen, waar het verkoopteam je een persoonlijk zonadvies kan geven, helemaal afgestemd op jouw zonhuidtype en wensen.

In de schaduw zitten of een zonnehoed dragen, beschermt slechts gedeeltelijk. Zelfs op een mistige of bewolkte dag zijn alle vormen van zonnestralen aanwezig en kunnen ze de huid beschadigen. Veel mensen denken dat ze zich alleen hoeven te beschermen tegen UV-straling als de zon schijnt, en dan alleen in de lente en zomer. Dit is een misvatting: UV-straling beïnvloedt je huid 365 dagen per jaar en dus ook in de winter. We geven je 5 tips om te genieten van de zon, maar wel op een verstandige manier. ●

5 zontips:

- Laat de huid geleidelijk wennen aan de zon. De eerste dag kan een kwartier al voldoende zijn en daarna gemiddeld niet langer dan zo'n 3 uur per dag. Houd rekening met je zonhuidtype!
- Breng je zonneverzorging 30 minuten voordat je naar buiten gaat aan. **Wees royaal!** Om de bescherming te krijgen die het anti-zonnebrandproduct belooft, dien je het product vrij dik op de huid aan te brengen. Welke vorm van anti-zonnebrandproduct je ook gebruikt (spray, mousse, milk): het aanbrengen van een dunnere laag betekent automatisch dat je het váker aan moet brengen.
- De beste bruiningsuren zijn: vóór 12.00 uur en na 15.00/16.00 uur.
- Blijf je huid beschermen, ook wanneer je al bruin bent geworden, want een bruine huid beschermt niet tegen de negatieve effecten op lange termijn.
- Gebruik na het zonnen een after-sun verzorging om je huid te hydrateren en te verkoelen.

Specials!

Voor alle aanbiedingen geldt: tegen inlevering van de voucher en niet in combinatie met de reguliere Schipholkorting.

Side by Side

Café Rembrandt

Amstel Pitcher + bitterballen

van 27.50 voor 20.60

Tegen inlevering van de bon en niet in combinatie met de reguliere Schipholkorting en/of andere acties. Geldig t/m 31 juli 2018.

HAPPY SEAFOOD

Tegen inlevering van de bon en niet in combinatie met de reguliere Schipholkorting en/of andere acties. Geldig t/m 31 juli 2018.

PER TUTTI! pizza

PIZZA BBQ + FRISDRANK

Pizza (29cm) met BBQ-saus, mozzarella, knoflookkip, ui, mais & paprika

~~15.25~~ **11.50**

Tegen inlevering van de bon en niet in combinatie met de reguliere Schipholkorting en/of andere acties. Geldig t/m 31 juli 2018.

Super deal

Soto Ayam + loempia

Indonesische kippensoep met een vegetarische loempia

Van 9.75
Voor 7.25

toko togo

Tegen inlevering van de bon en niet in combinatie met de reguliere Schipholkorting en/of andere acties. Geldig t/m 31 juli 2018.

LEON

HOTBOX NAAR KEUZE VOOR 5,95

Geldig t/m 31 juli 2018, niet i.c.m. andere aanbiedingen.

f LEONRESTAURANTSNL

B&S CREW SHOP

KORTING voucher €5

Bij een minimale besteding van €25 in de B&S Crewshop*

B&S Crew Shop bevindt zich op de eerste verdieping in het Skyport gebouw op Schiphol Airport

*Er kan slechts één coupon ingeleverd worden per persoon
• De korting is niet geldig op duty paid en duty free tabaksproducten, duty free alcoholische dranken en cadeaubonnen
• De korting is geldig t/m 31 juli 2018

Prijsvraag

*Maak kans op een **zonverzorgingspakket*** van* LANCASTER

** Het pakket bestaat uit een face, body en aftersun product, samengesteld voor haar/zijn zonhuidtype, na een persoonlijk zon advies in de winkel.*

Inleveren vóór 15 juli 2018 bij Kappé Perfumes & Colors op Schiphol Plaza. De winnaar krijgt in de winkel een persoonlijk zon advies en mag een op haar/zijn zonhuidtype afgestemd zonpakket zelf samen stellen.

Vraag 1: Waarom is het verstandig om je huid ook goed te beschermen tegen de zon als het bewolkt is?

_____

_____

Vraag 2: Hoe vaak zou je je opnieuw moeten insmeren met een zonnecrème met de juiste SPF, om de optimale bescherming te garanderen als je in de zon verblijft?

2 uur ◯ 3 uur ◯ 4 uur ◯

Vraag 3: Maximaal hoeveel maanden blijft zonverzorging goed als de verpakking geopend is?

8 ◯ 12 ◯ 16 ◯

Vraag 4: "Tussen 12.00 en 16.00 uur bruin je het snelste, omdat de zon dan de hoogste stand heeft bereikt." Klopt deze stelling?

JA ◯ NEE ◯

Vraag 5: Kinderen spelen graag in de zomer in het water. Er zijn ouders die hun kind een T-shirt aandoen wanneer zij zwemmen, i.p.v. een zonproduct met SPF. Waarom is dit niet verstandig?

_____

_____

_____

Naam: _____

Email adres: _____

◯ Ja, ik wil graag op de hoogte worden gehouden van de aanbiedingen van Kappé Perfumes & Colors

Medewerkers van Kappé en haar dochterbedrijven zijn uitgesloten van deelname aan de prijsvraag!

De Winnaar krijgt persoonlijk bericht en zal worden bekendgemaakt in de volgende uitgave van Side by Side. Over de uitslag kan niet worden gecorrespondeerd.

GRATIS!

Bij aankoop van minimaal €29,99 aan BLOND artikelen een pak BLOND servetten ter waarde van €5 GRATIS!

Tegen inlevering van de bon en niet in combinatie met de reguliere Schipholkorting en/of andere acties. Geldig t/m 31 juli 2018.

GASSAN plaza

van 130,- voor **89,00**

Stalen Calvin Klein horloge

+ handig Calvin Klein reis etui, ***Op=Op!***

Tegen inlevering van de bon en niet in combinatie met de reguliere Schipholkorting en/of andere acties. Geldig t/m 31 juli 2018.