



Dit document wordt u aangeboden door:

VALLEI

BUSINESS

Klik hier voor meer artikelen

EDE

2013

BUSINESS SPECIAL



VALLEI

BUSINESS®



Check de **Vallei Business E-Paper app**
voor je tablet en smartphone op
www.valleibusiness.nl

VOORWOORD



Naast Vallei Business valt ook de Ede Business Special op de mat. We richten onze focus in deze special op de bedrijvige gemeente Ede die de afgelopen jaren druk bezig is om zich te profileren binnen de gemeentegrenzen, maar ook daarbuiten.

Het ondernemersklimaat speelt een belangrijke rol in de citymarketing die Ede voert. Vooral samenwerking met bedrijfsleven, onderwijs en de regionale partners van de Regio FoodValley hebben de aandacht. Samen sta je sterk en samen kan je de gemeente en de regio op de kaart zetten.

En laten we wel zijn; Ede heeft een enthousiast en actief bedrijfsleven. De samenwerking tussen de verschillende partners heeft dan ook al zijn vruchten af geworpen. Reden genoeg dus om eens op de bedrijvigheid van Ede in te zoomen en de grote verscheidenheid aan bedrijven zich te laten presenteren.

Deze extra editie laat u een kleine greep zien van de bedrijven en ondernemers zich in de gemeente hebben gevestigd. Ondernemers die trots zijn op hun gemeente en zich actief bezig houden met het nog verder ontwikkelen van het ondernemersklimaat. Bedrijven waar ook de gemeente zelf trots op is om ze te mogen faciliteren.

Eelco Nauta

Hoofdredacteur Ede Business Special

eelco@vanmunstermedia.nl



Zakenmagazine voor
de regio Vallei
www.valleibusiness.nl

REDACTIE ADRES
MVM Productions BV, Postbus 6684,
6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Eelco Nauta

REDACTIE BIJDRAGEN
Pors de Ridder

VORMGEVING / OPMAAK
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

DRUK
Drukkerij Atlas b.v.

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Simone Brands t: 024-373 8502
Joep van der Linden t: 024-373 8505
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst
tijdstip ingaan met een looptijd tot 31
december en worden automatisch verlengd
tenzij de abonnee uiterlijk voor
31 oktober schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 39 euro

COPYRIGHTS
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift
verschenen artikelen wordt door de
uitgever voorbehouden.

Hoewel de informatie gepubliceerd in
deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht
en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten
de uitgever en de redactie uitdrukkelijk
iedere aansprakelijkheid uit voor eventuele
onjuistheden en/of onvolledigheid van de
verstrekke gegevens.

© 2011 Overname van artikelen is
slechts mogelijk na verkregen schriftelijke
toestemming van de uitgever

ABONNEES ONTVANGEN
6 keer per jaar het vakblad,
toegang tot het volledige archief op
www.valleibusiness.nl, 12x per jaar
de digitale nieuwsbrief, korting op
lezersaanbiedingen Vallei Business,
gratis opname bedrijvengids en
vacatureservice

- 6** Gemeente Ede
- 8** Ede in de regio FoodValley
- 10** Flynth
- 11** Kamer van Koophandel
- 13** Vallei Autolease
- 14** Businessclub De Vallei gaat voor de winst
- 15** CapsNobel Accountants&Belastingadviseurs
- 16** ABN AMRO Ede
- 18** Repro Mercurius
- 20** Broekhuis Ede
- 22** Rabobank Vallei en Rijn Coöperatiefonds





6 We zoeken de bedrijvigheid en het onderwijs juist op

13 Mobiliteitsvraagstukken gaan over kosten en inzetbaarheid



8 De gemeenteraden blijven meepraten aan de voorkant



15 Cijfers moeten gaan leven



20 We leveren meer dan alleen het product 'auto'



16 We zoeken naar de 'ja' en niet naar de beperkingen



18 Ons productaanbod is door de jaren heen steeds breder geworden

De economie is van iedereen

Wat kan de gemeente voor een ondernemer betekenen? Deze vraag stelde de gemeente Ede zich en besloot actief betrokken te raken bij het ontwikkelen van een goed ondernemersklimaat. Drie accountmanagers namen de taak op zich om de samenwerking te zoeken met bedrijfsleven en onderwijs.

Angelique Gerritsen, Sander van de Pol en Dick Voorwinde zijn de accountmanagers van de gemeente. Zij geven invulling aan de veranderende rol van de overheid naar het bedrijfsleven toe. “Voorheen trad de gemeente vooral reactief op als er vragen van ondernemers kwamen”, stelt Angelique vast. “Dat is nu helemaal anders. Wij hebben een functie die meer gericht is op communicatie. We zoeken de bedrijvigheid en het onderwijs juist op en brengen ze met elkaar in contact. De gedachte erachter is dat de economie niet iets van de gemeente alleen is, maar het is van iedereen. Achter een bureau zitten en wachten tot de telefoon gaat, is verleden tijd. Wij zijn een partner geworden voor ondernemers en laten ons gezicht zien.”

Accountmanagement is onderdeel van het programma Economie dat door de gemeenteraad wordt opgesteld. De invulling van het programma is gezamenlijk met de marktpartijen opgepakt. Sander: “Als gemeente kan je beleid maken en bedenken wat je belangrijk vindt. De vraag is alleen of daar echt behoefte aan is. Wij vroegen het bedrijfsleven zelf waar de behoefte lag en we hebben ze uitgenodigd om mee te denken over de koers die we willen gaan varen. De ondernemers hebben een stem gekregen en dat is heel positief ontvangen.”

“De binnenstad is een mooi voorbeeld van hoe je samen een visie ontwikkeld”, zegt Dick. “In de Toekomstvisie 2025 staat een levendig centrum als één van de speerpunten beschreven. Om het ook echt van de grond te krijgen, zijn we met alle betrokken partijen in gesprek gegaan. Het winkelen van nu en in de toekomst is totaal anders dan tien jaar geleden. Er wordt nu meer recreatief gewinkeld in Ede-centrum. Naast winkels is er behoefte aan aanvullende functies zoals leisure, cultuur en winkelondersteunende horeca. Wanneer je daar invulling aan wilt geven, moet je dat samen doen.”

Citymarketing

Het accountmanagement geeft de gemeente een gezicht door het organiseren van netwerkbijeenkomsten. Vanuit de ondernemers was de wens groot om elkaar beter te leren kennen en met elkaar in contact te komen. Angelique: “De bijeenkomsten zijn de beste manier om jezelf en anderen te leren kennen. Wij vergroten zo ook ons netwerk en de bedrijven onderling komen met elkaar in aanraking. Veel van de zaken waar wij mee bezig zijn, komen eerst ter sprake tijdens zo’n netwerkbijeenkomst. Daar worden de discussies gevoerd en komen de ideeën op tafel. Wij nemen dat mee naar het gemeentehuis en kunnen een realistisch beeld scheppen over het te

voeren beleid.”

Citymarketing en communicatie zijn voor de gemeente Ede belangrijke instrumenten voor het programma Economie. De accountmanagers gaan naar buiten en profileren zich als het gezicht en aanspreekpunt namens de gemeente. “We zien het als onze taak om één aanspreekpunt voor ondernemers te hebben. We kennen inmiddels veel ondernemers persoonlijk en die weten ons te vinden met hun vragen. Wij kijken welke mogelijkheden er binnen de organisatie zijn om die vragen te beantwoorden en begeleiden onze klanten naar de juiste personen. Als gemeente wil je de bedrijvigheid zo goed mogelijk faciliteren en het ondernemersklimaat gezond houden. Wij zitten als accountmanagement tussen de gemeente en de ondernemers, zijn de ogen en oren voor beide partijen.”

Een veelgehoorde klacht is de regeldruk die te hoog is. Ook daar wil Ede verandering in brengen als het mogelijk is. Vaak is het onvermijdelijk wettelijk procedures te volgen wanneer bedrijven zaken willen veranderen, maar ook daarin staat het team klaar om te adviseren en assisteren. Dick: “Uiteraard is het onze taak als gemeente om landelijke wetgeving uit te voeren, maar we zijn er duidelijk en ondersteunend in ten opzichte van de ondernemers en kunnen in een gesprek ook aangeven waarom een procedure gevolgd moet worden en hoe lang dat gaat duren. We brengen de ondernemer in contact met de juiste afdelingen en personen zodat de ondernemer niet zelf hoeft uit te zoeken waar en bij wie hij moet zijn. Alles wordt dus via één ingang aan het rollen gebracht en dat scheelt veel tijd en moeite.”



Inzicht

De accountmanagers kunnen al spreken van een succesvolle aanpak. Het bedrijfsleven is enthousiast, komt met adviezen en zit aan tafel om mee te denken. “Dat is het leuke”, zegt Sander tot slot. “De afgelopen drie jaar is het bij ons steeds drukker geworden en we

merken dat we door de ondernemers als het gezicht en aanspreekpunt van de gemeente worden gezien. De zaken die we nu oppakken worden serieus genomen en we zitten als partner met de bedrijven aan tafel om te sparren. We zitten in een proces dat zich altijd verder ontwikkeld en continu veranderd. Wat nu goed

is, hoeft over tien jaar niet meer actueel te zijn. Inspelend op die veranderingen en met voortschrijdend inzicht komen we gezamenlijk verder. ■

De Stelling

Leon Meijer

Is raadslid voor de ChristenUnie in Ede
En vice voorzitter van de regiocommissie FoodValley

Wat is uw visie op samenwerking van de acht gemeenten in Regio FoodValley

Als je van Rhenen naar Nijkerk fietst, kom je nergens een grens met een slagboom tegen. En toch fiets je over de ene na de andere gemeentegrens heen. Acht gemeenten die voor dezelfde uitdagingen staan en als ze niet oppassen allemaal voor zichzelf op zoek zijn naar antwoorden op die uitdagingen. Samenwerking kan de energie bundelen.

Wat zijn volgens u sterke punten van Regio FoodValley

De Wageningen Universiteit is niet alleen een uniek selling point van Wageningen, maar kan een aanjager van bedrijvigheid in de hele Vallei zijn. Je doet de universiteit tekort als je het succes slechts laat afstralen op de 35.000 inwoners van Wageningen, terwijl de 330.000 inwoners van de FoodValley er profijt van kunnen hebben.

Succesvolle regio's in de wereld hebben hun succes te danken aan een sterke focus. Onze focus ligt voor onze voeten: Food. Door onderwijs, onderzoek en bedrijvigheid met elkaar te verbinden hebben we goud in handen.

Welk belang heeft Ede bij samenwerking in de regio?

Ede kan kiezen om een mooie plaats te blijven aan de Ginkelse Heide, of het centrum voor voedseltechnologie en agribusiness in de wereld. Dat eerste kan Ede alleen, je hebt er alleen de Ginkelse Heide voor nodig. Dat tweede kan Ede alleen maar in FoodValley verband.

Welke rol heeft de gemeenteraad op de samenwerking?

De raad kan de samenwerking stimuleren maar ook blokkeren. Food is aangewezen als één van de topsectoren van ons land. We hebben nu de kans om onze regio op de Europese kaart te zetten. Die kans blijft niet decennialang voortduren. Het is iets als 'het juiste onderwerp, op de juiste tijd in de juiste regio'. Het vraagt om focus van de raad. Als je alles regionaal wilt regelen, raakt de regio en de regio-organisatie overbelast. Voor je het weet zijn we vergeten dat het ging om Food en Agribusiness. We moeten de focus scherp houden. Liever eerst een paar successen boeken op economisch-, infrastructuur- en arbeidsmarktterrein, dan meteen alle regionale thema's uit te diepen.

Wat vindt u belangrijk dat ondernemers en inwoners weten van Regio FoodValley?

Veel bedrijven zijn 'toevallig' in deze regio terecht gekomen. Soms vanwege bereik-



baarheid, vaker door historische banden. De meeste bedrijven hebben een missie en een visie, waar ze naar toe willen. Ik zou ze willen uitdagen om aan die visie toe te voegen wat zij voor de Regio FoodValley willen gaan betekenen. In de trits People, Planet en Profit, hebben de eerste twee alles te maken met de plaats van productie, vul dat eens in. En voor inwoners, heb ik één advies: geniet van de plek waar je woont en je (klein)kinderen opgroeien. En let eens op wat je koopt, made in FoodValley is uiteindelijk ook in je eigen belang.

Stef van der Klok

Raadslid VVD gemeente Ede, Lid regiocommissie Regio FoodValley

Wat is uw visie op samenwerking van de acht gemeenten in Regio FoodValley?

Het Rijk wil alleen nog maar in regio's investeren met de meeste economische groei. De kenniseconomie is sterk in opkomst. Centraal in de Regio FoodValley staat de verbinding met de kennis van WO, HBO en MBO in Wageningen, Ede, Veenendaal en Barneveld, met haar kennis- en opleidingsclusters, rond FOOD en AGRIBUSINESS. Open innovatie, de samenwerking met bedrijven en kennisinstellingen (onderwijs en onderzoek) vormen daarbij de rode draad. Universiteit Wageningen UR speelt daarbij een belangrijke rol. Zij heeft wereldwijd grote internationale betekenis en allure op het gebied van de voedsel- en productieketen.

Wat zijn volgens u de sterke punten van Regio FoodValley?

Wageningen UR is de enige universiteit in Nederland die zich primair bezig houdt met de voedsel en productieketen en dat maakt haar uniek. Dat moet leiden tot economische groei, bereikbaarheid uit binnen- en buitenland, aantrekkingskracht op kenniswerkers en hoogwaardige voorzieningen voor wonen, werken en studeren. Veel zal de komende jaren door de samenwerking verder vorm moeten worden gegeven, want we staan pas aan de vooravond. Daarbij ligt het accent op ruimtelijk-economisch beleid, dat zich richt op de kennis en op alle factoren voor een goed woon- en vestigingsklimaat.

Welk belang heeft Ede bij samenwerking in de regio?

Ede heeft de afgelopen decennia veel werkgelegenheid verloren. Voorbeelden zijn: NOBO, ENKA (industrie) en Defensie (Koninklijke Landmacht). De grootste sectoren nu in onze gemeente zijn handel en dienstverlening, waarbij de branches gezondheidszorg, zakelijke dienstverlening en detailhandel/automotive opvallend veel werkgelegenheid bieden. Bijzonder is dat veel jonge mensen komen studeren in onze gemeente (Christelijke Hogeschool Ede) of in Wageningen (Universiteit) en na het afronden van hun studie weer vertrekken. Wil onze gemeente economisch vitaal blijven, dan zullen we meer hoogopgeleiden (kennisswerkers) moeten vasthouden door het bieden van werkgelegenheid, woningaanbod en goede (regionale) voorzieningen: zoals winkels, horeca, cultuur en onderwijs. Daarmee maakt de combinatie met onze mooie natuur (heide en bossen) ons als regio onderscheidend.

Welke rol heeft de gemeenteraad op de samenwerking?

Bij de totstandkoming van de bovenlokale samenwerking is langdurig gesproken over het organisatiemodel. Besloten is dat de gemeenteraden blijven meepraten aan de voorkant. In juni 2011 is de strategische agenda vastgesteld. In februari 2012 het uitvoeringsprogramma. Nu komt de echte uitdaging en dat is implementatie van de programma's. De kadernota economie in Ede is toe aan herijking. Ede kent veel gemengde bedrijventerreinen. Het toekomstige vesti-



gingsbeleid in de regio zal meer geënt moeten worden op het aantrekken van food gerelateerde bedrijven. Deze positionering zal leiden tot scherpere keuzes.

Wat vindt u belangrijk dat de ondernemers en inwoners weten van Regio FoodValley?

Kennisregio FoodValley zal haar voordelen regionaal moeten vertalen op het gebied van wonen, werken, ondernemen, studeren en recreëren. Dit geldt voor zowel ondernemers, inwoners als voor bezoekers. Ook de lobby naar de landelijke politiek, naar het (internationale) bedrijfsleven dient te worden ingezet. Versterking van het imago van FoodValley kan worden bereikt door de Vallei te visualiseren middels "bebording" als men de regio binnen rijdt per fiets, auto of trein. De komende jaren zullen ondernemers en inwoners van de regio gevraagd worden om beleid mee te helpen ontwikkelen.

FLYNTH: ONDERNEMEN INSPIREERT

Al meer dan tachtig jaar laten ondernemers zich ondersteunen door de adviseurs en accountants van Flynth, de Nederlandse accountants- en adviesdienstverlener voor ondernemers met 35.000 klanten, ruim 1.800 medewerkers en circa 70 vestigingen. De organisatie is sterk in het MKB, de agrarische sector en tuinbouw.

Flynth is in 1924 opgericht door boeren, die daarmee het verzorgen van boekhoudkundige diensten onder eigen beheer hebben georganiseerd. Flynth is nog altijd 'op coöperatieve leest geschoeid', wat resulteert in principiële uitgangspunten. Het belangrijkste uitgangspunt: we bieden hoogwaardige accountancy- en adviesdienstverlening die voor iedere ondernemer fysiek en financieel bereikbaar is.

Klanten hebben in hun persoonlijke adviseur bij Flynth een sparringpartner, die ze helpt om de juiste diensten te gebruiken uit het full service dienstenpakket, inclusief vooruitstrevende online diensten. Daarmee loopt onze organisatie voorop in de branche. Flynth is een landelijke organisatie, die lokaal goed vertegenwoordigd is en de taal van de klant spreekt. Onze adviseurs bieden persoonlijk advies, met gevoel voor ondernemerschap en alles wat daarbij komt kijken. Dat doen ze enthousiast en gedreven. Want ondernemen inspireert niet alleen ondernemers, maar ook hun adviseurs!

Wilt u ook eens geheel vrijblijvend kennis maken met één van onze adviseurs? Of wilt u een second opinion over uw administratieve en fiscale zaken? Neem dan contact op met ons kantoor aan de Klinkenbergerweg 4 te Ede en bel 0318-619134. Uiteraard kunt u ons ook mailen ede@flynth.nl of kijk op onze website www.flynth.nl



"Nothing escapes his eagle eye..."



**ACCOUNTANTS
BELASTINGADVISEURS
ARBEIDSZAKEN**

**WWW.SCHUITEMAN.COM
WWW.DGATOOLBOX.NL**



Schuiteman
Accountants & Adviseurs

Buitenzorg
SINDS 1898

Anno straks met een vleugje toen

UW ZAKELIJKE MEETING POINT!

BEL DIRECT OM TE RESERVEREN: 0318 61 03 13 | AMSTERDAMSEWEG 19 | 6712 GG EDE | WWW.BUITENZORG.NL VOLG ONS OOK OP

VERGADERINGEN • PRESENTATIES • BIJENKOMSTEN • FEESTEN • CATERING • RESTAURANT • GRATIS PARKEREN VOOR DE DEUR

KvK Centraal Gelderland blijft actief in de Valleiregio

“De Kamer van Koophandel blijft zich heel actief inzetten voor het bedrijfsleven in de regio Ede-Wageningen. Daar doet de sluiting van ons kantoor in Ede, per 1 januari 2013, niets aan af.”

Dat zegt Marleen van Boheemen, adviseur regionale economie voor de regio Ede-Wageningen bij KvK Centraal Gelderland. Natuurlijk vindt ze het jammer dat het kantoor sluit: “Het is een bezuiniging. De verplichte jaarlijkse bijdrage voor ondernemers is afgeschaft en de KvK moet het voortaan met veel minder inkomsten doen via het ministerie van EZ. Ondernemers kunnen voor een inschrijving of een uittreksel uit het Handelsregister terecht in Amersfoort, Apeldoorn, Arnhem, Tiel of Utrecht. Daar werken we op afspraak zodat er geen wachttijden meer zijn. Bovendien kan er steeds meer online geregeld worden. Ander goed nieuws is dat de KvK seminars, adviesgesprekken en spreekuren (zoals het Notarissen- of het Advocatensprekuren) blijft verzorgen in de regio.”

Detailhandel

Ook op het gebied van regiostimulering blijven de adviseurs van de KvK actief in de Valleiregio. Marleen van Boheemen: “Dat geldt zeker voor branches die snel veranderen. Daarvoor zetten we projecten of stimuleringsactiviteiten op. Neem de detailhandel. Het afgelopen jaar hebben we winkeliers uitgebreid bijgepraat over de retail in 2020 tijdens bijeenkomsten en workshops. Hoe ziet de winkelstraat er dan uit? Wat betekent Het Nieuwe Winkelen voor jou als winkelier? Moet je het zoeken in kruisbestuivingen: een stomerij met caféfunctie, kookworkshops in



de verswinkel? Of zijn personeels- en voorraadloze winkels een alternatief? Dat je er alleen showmodellen vindt en via schermen met QR-codes je bestelling kunt plaatsen? Misschien levert een investering in een webshop met distributiecentrum meer op dan vast blijven houden aan traditionele verkooppunten. Over dit soort vragen denken we goed mee. Het liefst zien we daarbij dat winkeliers ook met elkaar samenwerken.”

FoodValley

Ede-Wageningen is het hart van de FoodValley. “Die speelt een belangrijke rol in het Topsectorenbeleid. De KvK heeft de afgelopen tijd meegewerkt aan het opstellen van een mission statement voor de regio. Dat wordt nu uitgerold naar 100 bedrijven die het

imago van FoodValley nadrukkelijk gaan uitdragen. Starten in deze branche biedt goede kansen: er is een ijzersterk cluster van toeleverende en uitbestedende bedrijven. Om een goede start te maken, kun je deelnemen aan IkStartSmart© waarin coaches jonge ondernemers begeleiden. De intakegesprekken daarvoor blijven ook in deze regio plaatsvinden. En met Startpunt International Business helpen we ondernemers die de blik op het buitenland richten.”

En dan is er natuurlijk nog de bereikbaarheid. “Die blijft altijd van belang voor het vestigingsklimaat. Daarom blijven we streven naar een goede aansluiting van de A30 op de A1, de A12 en verschillende N-wegen, evenals verbreding van de Rijnbrug tussen Kesteren en Rhenen.” ■

SPA

ingenieurs

Vergunningen | Milieuonderzoeken | Ruimtelijke ordening |
Bouwadvies | Brandveiligheid | Milieuzorg | Duurzaamheid |
Beleidsadvies | Opleiding

Een oude bekende onder een nieuwe naam:

Bij ons vindt u betrokken medewerkers met aandacht voor uw belang. Die zich inzetten uw plannen te realiseren en een 9+ leveren voor kwaliteit en service.

Stap in de wereld van SPA:

www.SPAingenieurs.nl

(gratis advertentie)



“Is haar vakantie ook jouw zorg?”

(Anouk, verpleegkundige)

Verpleegkundige of verzorgende? Word ook vakantie vrijwilliger! Kijk op Zonnebloem.nl/geefzorg



Nationale Vereniging

DE ZONNEBLOEM

Zonder elkaar is iedereen alleen.



“Ik haal mijn **inspiratie** uit mijn werk. Mijn accountant doet de rest.”

U de lusten, wij de lasten

Als ondernemer bent u van grote waarde. Ondernemers zijn de pioniers, de durfals en de motor van de maatschappij. Ondernemen daagt uit en dwingt u om creatief bezig te zijn. Het inspireert u om altijd op zoek te zijn naar nieuwe kansen en mogelijkheden. Daar moet u wel uw handen en geest vrij voor maken. Flynth biedt een full-service pakket aan accountancy- en adviesdienstverlening en neemt u al het werk uit handen, dat u als een last ervaart. Wat uw zaken ook zijn, Flynth helpt u succesvol te ondernemen.

Flynth adviseurs & accountants
Klinkenbergerweg 4, 6711 MK Ede GLD, T. (0318) 61 91 34, www.flynth.nl

Ondernemen inspireert.

FLYNTH

Vallei Autolease:

Passie voor leasing

De leasemarkt verandert op dit moment razendsnel. Niet alleen door de marktomstandigheden, maar vooral door verandering van denken over mobiliteit.

Dit wordt enerzijds veroorzaakt doordat steeds meer mensen de noodzaak van duurzaamheid beseffen en anderzijds doordat er een nieuwe generatie beslissers op de markt is gekomen. Deze nieuwe consumenten doen weer waarvoor ze “gemaakt” zijn: consumeren. Ze hechten minder waarde aan het bezitten van een auto en daarmee ook minder aan een éigen auto van de zaak, maar willen alleen vervoer beschikbaar hebben op de momenten dat zij het nodig hebben. Hiervoor gaan we de komende jaren veel nieuwe initiatieven zien ontstaan. Vallei Autolease springt hierop in door nu al een scala aan nieuwe producten klaar te hebben. Autoleasing van morgen is dus veel meer dan alleen een auto van de zaak. Wie het goed wil doen, laat zich goed adviseren over alle nieuwe vormen van mobiliteitsoplossingen, waarvan leasing er slechts één is. Vallei Autolease neemt deze mobiliteitsvraagstukken van bedrijven serieus en biedt nu al de full service oplossingen van morgen.

“Wij kijken verder dan alleen een scherpe leaseofferte”, zegt manager Vallei Autolease Willem Hardeman. “Bedrijven hebben bepaalde mobiliteitsvraagstukken en die lossen wij voor de ondernemer op. Specifieke klantvragen gaan tegenwoordig vaak over de inrichting van het huidige leasebeleid, waarbij kostenbeheersing, duurzaamheid en juridische aspecten de gespreksonderwerpen zijn.”

Advisering begint bij de voorkeur, duidelijkheid voor de ondernemer en de gebruiker van de leaseauto is belangrijk. “Iedereen moet weten waar ze aan toe zijn, zowel wat betreft de keuzemogelijkheden als de gebruiksovereenkomsten. Daarnaast heeft elke klant bedrijfsdoelstellingen die tot uiting moeten komen in het mobiliteitsbeleid. Wij zorgen dat onze accountmanagers de bedrijven goed kennen en weten wat hun doelstellingen zijn. Dit vertalen we naar de juiste oplossingen, die passen binnen het beleid van onze klant. De uitkomsten hiervan worden altijd verder “gefinetuned” met onze klant, want leasing wordt steeds meer een op maat gemaakt product wat je samen met je klant ontwikkelt.”

Fleetmanagement

Vallei Autolease beheert als multimerk leasemaatschappij een zeer gevarieerd wagenpark voor haar klanten en adviseert hen persoonlijk over de voortgang en verbeterpunten. “We gaan een stap verder door strikt vinger aan de pols te houden voor alle kosten die direct gelieerd zijn aan het gebruik, zoals schades, bekeuringen en brandstofverbruik. Mobiliteitsvraagstukken gaan over o.a. kosten en inzetbaarheid. Wij



bieden alle service onder één dak: onderhoud en schadeherstel vinden zo veel mogelijk bij de dealer plaats, wat veel tijd en dus geld uitspaart voor onze klanten.

Vallei Autolease is zelf een MKB bedrijf en wil graag “ondernemerschap in de regio stimuleren door ook voor starters gunstige condities aan te bieden. Starten is al lastig genoeg en via onze gunstige voorwaarden geven wij de nieuwe ondernemer een duwtje in de rug, zodat hij zich helemaal kan focussen op zijn bedrijf.”

“Wie nu voorbereid is, komt straks niet voor verrassingen te staan.”

Vallei Autolease is klaar voor morgen, Wanneer u bijgepraat wenst te worden over de mogelijkheden van morgen om uw wagenpark voor ú te laten werken, dan nodig ik u uit om mij te contacteren voor een afspraak. Dit kan op 0318 - 50 99 94 of op whardeman@valleiautolease.nl. ■

Businessclub De Vallei gaat voor de winst

Net als iedere ondernemer moet ook een businessclub hard werken om de omzet te handhaven. Nu is de term omzet eigenlijk niet goed. Het gaat om ondernemers die lid willen worden en een bijdrage willen leveren aan de ambities van DTS EDE.

DTS EDE is een voetbalclub met 1.200 leden, waarvan 1.000 splend (incl. 100 dames). Een vereniging midden in de samenleving van Ede. Businessclub De Vallei ondersteunt de ambities van DTS EDE.

De afgelopen twee jaar hebben we als businessclub een goede mix gevonden in enerzijds de voetbalvereniging ondersteunen en anderzijds een echte businessclub zijn. Met dat laatste wordt bedoeld dat leden van de businessclub echt niet van voetbal hoeven houden. Bezoeken van de thuiswedstrijden mag, maar moet niet. De leden van de businessclub krijgen voldoende andere mogelijkheden om elkaar goed te leren kennen. Zes keer per jaar, wordt er een bijeenkomst georganiseerd. Hierbij staat centraal dat de leden elkaar echt leren kennen. Door activiteiten in wisselende groepen te doen, wordt kennismaken gestimuleerd. Dit in combinatie met, no-nonsense mentaliteit, hoge betrokkenheid van de leden, maakt dat leden de bijeenkomsten zeer goed waarderen. Verder valt te vermelden dat de diversiteit in het ledenbestand wordt bewaakt. We willen niet teveel van hetzelfde. Verder blijkt dat ons smoelenboek op de website een grote behoefte invult. Niet alleen om potentiële klanten door te verwijzen naar elkaar, maar om na een bijeenkomst nog eens even na te gaan wie men allemaal gesproken heeft. Ook moet de samenwerking met de CHE (Christelijke Hoge School) worden vermeldt. Als enige businessclub brengen wij ondernemers en studenten met elkaar in contact voor opdrachten en stages, opdat beiden beter worden.

Naast alle activiteiten binnen de businessclub wordt het netwerk van de voetbalclub ingezet. De 1.200 leden zijn voor veel bedrijven niet alleen mogelijke klanten maar zeker ook ambassadeurs voor elk businesslid. Via borden langs de velden, gebruik van schermen in de kantine en uitingen op de website van de vereniging wordt invulling gegeven aan een juiste besteding van het lidmaatschapsgeld.

Vlnr.: Edwin Schuurman, Astrid Dekker, Jan van Esveld



Als businessclub zullen we de komende jaren werken aan het succes van haar leden. Zoals onze kerstkaart aangaf, kan de businessclub de sleutel tot succes zijn. Wij zien mogelijkheden waar anderen het onmogelijke zien. Ondernemers maken in deze tijd bewuste keuzes. Ook een bewuste keuze in wel of niet een lidmaatschap van een businessclub en welke businessclub. Wij zijn ervan overtuigd dat juist in deze tijd een lidmaatschap een zeer zinvolle besteding is van geld en tijd. Van elkaar leren en van elkaars netwerk gebruik maken is een zeer goede en goedkope wijze van het verder ontwikkelen van de eigen onderneming. ■

Voor meer informatie verwijzen wij u naar:
www.businessclubdevallei.nl

CapsNobel:

Cijfers moeten gaan leven

Ondernemers ervaren de administratie en boekhouding als de minst leuke kant van het ondernemersbestaan. De accountant neemt werk uit handen en levert een waardevolle bijdrage aan het runnen van een bedrijf. CapsNobel Accountants&Belastingadviseurs gaan met hun werkwijze een stapje verder.

CapsNobel is landelijk actief, maar maakt bewust gebruik van regiokantoren om de lijnen met cliënten kort en persoonlijk te houden. “De contactpersoon van onze klant is altijd een venoot van het kantoor”, gaat Eli Hendriks van regiokantoor Bennekom van start. “Het contact verloopt dus heel direct via de eindverantwoordelijke en zijn assistent. Op deze manier bouw je een band op en weet de venoot ook wat er speelt zonder dat de klant steeds hetzelfde verhaal hoeft te vertellen. We staan klaar voor cliënten; ze kunnen ons gewoon bereiken, ook als het buiten de kantooruren valt.”

Het klantenbestand van CapsNobel varieert van grote bedrijven tot vrije beroepsgroepen. De kantoren van Bennekom en Breda specialiseren zich op vrije beroepers in de medische sector. Specialistische kennis over diverse branches en doelgroepen biedt volgens Wessel Wanders van regiokantoor Breda veel voordelen. “Wat wij doen gaat verder dan alleen maar administratie en controle, je kan niet spreken van standaard werk. Zeker in de medi-

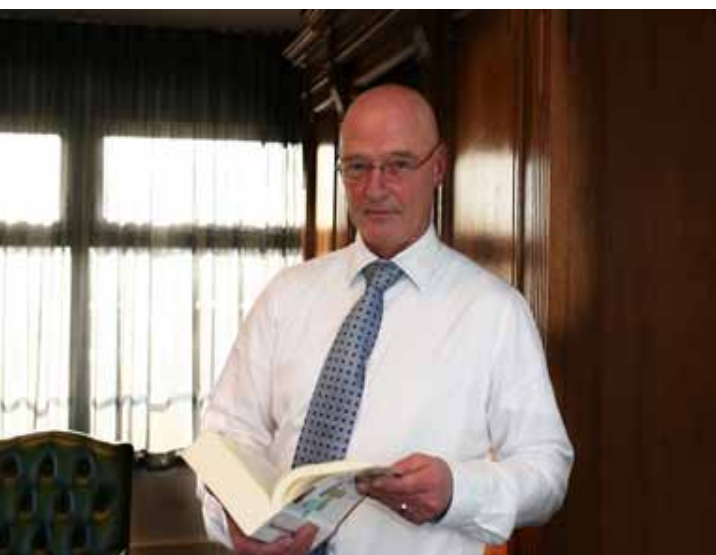


sche sector spelen veel factoren mee waar je rekening mee moet houden. Ook is het voor de klant prettig om iemand te hebben die bekend is met de termen en manieren van financieren. Onze accountants kennen hun branche en volgen de ontwikkelingen waardoor onze rol als adviseur en sparringpartner meerwaarde krijgt voor de ondernemer.”

Verhaal

Het accountantsvak verandert door de voortschrijdende automatisering. Het doen van de administratie en het maken van de jaarrekeningen behoren niet meer tot de kerntaken. Advisering en kennis van de markt maken het verschil. Eli Handriks: “We hebben cijfers van verschillende bedrijven in een branche of regio en maken daar zelf een benchmark van. Door de getallen met elkaar te vergelijken en naast elkaar te leggen, kan je ondernemers helpen keuzes te maken en ze sturen. Goed advies is goud waard in moeilijke tijden zoals deze, maar als alles op rolletjes loopt, is het ook belangrijk om iemand te hebben die van buiten af meekijkt.”

“Het verhaal wat je vertelt moet goed zijn”, vult Wessel Wanders aan. “Een droog vel papier met getallen zegt een ondernemer niets. De cijfertjes moeten gaan leven. Als een ondernemer snapt waarom die getallen er staan en hoe ze met elkaar in verband staan, begrijpt hij ook waarom je bepaalde adviezen geeft. Die betrokkenheid moet je als adviseur en ondernemer bij het bedrijf hebben. Die verhalen zijn leuk om te vertellen en wij zijn er ook goed in.” ■



ABN AMRO:

Kredietverlening Anno Nu

Er is veel te doen over de huidige crisis. Vooral de bancaire sector heeft het moeten ontgelden en is nog steeds het mikpunt van kritiek en argwaan. De ABN AMRO koos voor een nieuwe koers die zich richt op het Bankieren Anno nu. Arjan Buis, Districts Directeur Bedrijven en Remmet Pitlo, Directeur Bedrijven, van de bank in Ede staan klaar om hun manier van werken aan de ondernemer in de regio te introduceren.

“Kredietverlening is de smeerolie van de economie”, wordt wel eens gesteld. De mate van kredietverlening door banken is een veel gehoorde klacht over banken; de deuren van de bank zijn gesloten als ondernemers om krediet aankloppen. “Wij zijn niet dicht”, zegt Arjan resoluut. “Onze deur staat open en we horen graag van ondernemers die met plannen naar ons toe komen. We gaan alleen kritischer met

een aanvraag om. De regels voor de banken zijn veranderd en we moeten ons houden aan striktere richtlijnen. Kapitaal is niet meer onbeperkt voorhanden en ook banken kunnen een euro maar één keer uitzetten.”

Regulering komt van meerdere kanten. De overheid stelt regels en voorwaarden aan kredietverstrekking, maar ook de internationale bankensector wil een stabie-

ler systeem. De regels en voorwaarden die de banken zichzelf opleggen staan in het Basel III akkoord dat moet zorgen dat banken meer kapitaal aanhouden en een gezonde balans houden ten opzichte van het uitstaande krediet. “De vraag is hoe je daar als bank mee omgaat”, stelt Remmet. “Meer dan voorheen zijn wij in de business verantwoordelijk voor het verstrekken van kredieten en worden binnen de bank de ‘first line of defence’ genoemd. We hebben daar in geïnvesteerd door alle accountmanagers een zware opleiding te laten volgen waarin zij leerden om een meer kritisch gesprek met de klant te voeren en hun bevindingen goed te onderbouwen. Ondernemers hebben uiteindelijk meer aan een relatiemanager die goede vragen stelt dan een jaknikker”

Verhaal versus cijfers

Alle kredietaanvragen beginnen bij de ABN AMRO met een persoonlijk gesprek. De bank wil de lijnen kort houden en de ondernemer kennen. Arjan: “Er wordt altijd een afspraak gemaakt want je wilt het verhaal van de ondernemer zelf horen. De ondernemer is uiteindelijk bepalend voor het succes. Vaak kennen we de klanten al jaren en dat speelt allemaal een rol bij de onderbouwing. Daarnaast zijn de cijfers natuurlijk erg belangrijk. De prognoses moeten reëel zijn en het verhaal van de ondernemer staven. Dat laatste is steeds meer onderwerp van gesprek. Als je kredietbehoefte toeneemt door groei dan moet dit terug te vinden zijn in cijfers en niet alleen in het verhaal.”

“Dat we meer cijfers vragen is ook iets waar ondernemers nog niet aan gewend zijn”, gaat Remmet verder. “Actuele cijfers zijn voor ons essentieel om kredieten te fatteren, maar we merken dat sommige bedrijven er minder aandacht aan besteden. Het zit van nature in een ondernemer om zich te richten op de producten of





Remmet Pitlo (L) en Arjan Buis (R)

diensten die hij aanbiedt, het cijfermateriaal is vaak een bijkomstige last. Het zal in de toekomst steeds belangrijker worden om alles actueel te houden, maar dat moet nog in het systeem van de ondernemer komen. Dankzij automatisering en digitalisering zal het wel makkelijker worden om de hele administratie te doen zonder dat er veel omkijken naar is. Ook met die ontwikkelingen zijn we al aan de slag om daar een ondersteunende rol in te spelen.”

‘Op zoek naar de ‘Ja’

De regio in en actief de ondernemer benaderen, zo beschrijven de heren de nieuwe koers waarvoor is gekozen. De kantoren staan open om ondernemers op een persoonlijke manier te adviseren en verder te helpen.

“Iedereen weet inmiddels dat we in mindere economisch tijden zitten en ook wij voelen dat”, zegt Arjan. “Maar we moeten niet bij de pakken neer gaan zitten. Er zijn ook in deze tijden bedrijven die goed blijven draaien. Ik ben ook blij te zien dat er door de teruggang erg veel creativiteit ontstaat binnen bedrijven en dat de echte ondernemer blijft zoeken naar mogelijkheden om te groeien. Daar willen we graag bij helpen en adviseren. We kijken verder dan alleen een krediet verstrekken, we zoeken naar mogelijkheden. Als we zaken niet op een bancaire manier op kunnen pakken, kijken we of er andere manieren zijn om dingen mogelijk te maken. We zoeken naar de ‘ja’ en niet naar de beperkingen. Afgelopen jaar is ons district weer gegroeid in nieuwe uitzettingen wat onze ambitie om te blijven groei-

en onderstreept.”

“We gaan er in het nieuwe jaar weer op uit om de ondernemer te ontmoeten”, zegt Remmet enthousiast. “Onze dienstverlening is regionaal en komt bij de bedrijven over de vloer. Dicht bij huis in de regio zullen we de ondernemers steunen, adviseren en verder helpen. We komen er dus aan!” ■

Hebt u interesse in een adviesgesprek met één van onze relatiemanagers neemt u dan contact met ons op middels het volgende e-mailadres: assistenten.zaken.ede@nl.abnamro.com of via ons telefoonnummer 030-2327440. Vraagt u dan naar één van onze medewerkers van kantoor Ede.

Repro Mercurius: Groei en innovatie

Drie jaar geleden verhuisde Repro Mercurius naar de Telefoonweg in Ede. Hiermee verviervoudigde de ruimte, zodat het bedrijf verder kon groeien en innoveren met nieuwe machines. En dat is precies wat Repro Mercurius doet. Het afgelopen jaar werd het aanbod van onder andere digitaal printwerk, reclameborden en beurspresentaties uitgebreid dankzij de aanschaf van een nieuwe unieke machine. Kortom, Repro Mercurius is volop in beweging.

Wat 24 jaar geleden begon met het zwart-wit kopiëren van bouwtekeningen, is uitgegroeid tot een full service digitaal reprobedrijf dat zich kenmerkt door snelheid, kwaliteit en betrokkenheid. Erik van Ernst, directeur van Repro Mercurius, licht deze kenmerken toe: "We zijn in staat om snel te schakelen met

opdrachtgevers om zo belangrijke deadlines te halen. Daarnaast werken we alleen met machines uit het topsegment, zodat we altijd hoogstaande kwaliteit kunnen leveren." Naast deze focus op kwaliteit en snelheid, is Repro Mercurius betrokken bij de regio. Zo sponsort het bedrijf diverse sportclubs en

diverse goede doelen in de regio. Deze combinatie van karakteristieke eigenschappen maakt Repro Mercurius de ideale partner om uw bedrijf zichtbaar te maken.

Uniek in de Benelux

Erik van Ernst: "Met de verhuizing hadden we groei en innovatie voor ogen. Om dit concreet vorm te geven, hebben we bijvoorbeeld dit jaar drie nieuwe machines gekocht. Twee hiervan kochten we als uitbreiding en één ervan is uniek en de eerste die in de Benelux geplaatst is." Met de machine kan het bedrijf bollingen op de meest uiteenlopende materialen bedrukken. "Van golfballen tot usb-sticks, alles kan. Verschillende opdrachten zijn al afgeleverd,



Breed productaanbod

Repro Mercurius biedt klanten ongekend veel mogelijkheden. Rini van Ernst: "Ons productaanbod is door de jaren heen steeds breder geworden. We begonnen met het printen van bouwtekeningen, maar inmiddels leveren we veel meer." Zakelijke klanten, gemeentes en particulieren kunnen bij Repro Mercurius terecht voor zeer specifieke producten en ook voor grote, veelomvattende opdrachten. Erik van Ernst: "Bij ons kunnen klanten bijvoorbeeld terecht voor 25 visitekaartjes, 100 enveloppen met passend briefpapier, maar ook voor grote abri-posters. Verder leveren we onder andere reclameborden, canvasdoeken, zeildoeken, stoepborden en beurspresentaties. Zo zie je onze producten terug langs voetbalvelden, in winkelstraten, op beurzen en langs de openbare weg."



Complete dienstverlening

De dienstverlening van Repro Mercurius gaat van A tot Z. Daarbij wordt er strategisch meegedacht over de inzet van bepaalde middelen. Deze middelen worden uitgewerkt tot kwalitatief hoogstaande producten. Voor de montage van bijvoorbeeld beursstands en zeildoeken in frames schakelt het bedrijf partners in. Met een gratis haal- en brengservice heeft u geen omkijken naar uw zichtbaarheid. Dit zorgt voor een duurzame samenwerking en een stevig fundament onder langdurige relaties.

waaronder gedrukte tasje, magneten, ijskrabbers, carnavalsplaatjes en aanstekers. Ik heb al een proef van bedrukte ijskrabbers gestuurd naar een klant en we hebben nog meer samples liggen om aan geïnteresseerde bezoekers te laten zien”, aldus Van Ernst. Met deze innovatie breidt het productaanbod enorm uit, van seizoensgebonden items zoals kerstballen tot sfeermakers als vazen en functionele aanstekers. Grote voordeel is dat dit alles met deze techniek in kleine oplages kan.”

Zichtbaar op beurzen

Ook wanneer uw bedrijf aanwezig is op (vak)beurzen, kunt u bij Repro Mercurius terecht om uw stand zichtbaar te maken bij bezoekers. Van Ernst: “We hebben goede kwaliteit roll-upbanners. Vaak zie je dat ze niet stabiel staan of dat het doek opkrult. Onze banners doen dat niet, omdat we alleen met de beste materialen werken. Verder zijn brochures en posters in de stand belangrijke eyecatchers op de beurs. Ook

hierin denken we graag met onze opdrachtgever mee om effectieve producten te ontwikkelen. Bij de montage van bijvoorbeeld een stand of zeildoek in een frame schakelen we professionele partners in. Een goede follow up na een beurs is ook belangrijk. Uiteraard leveren wij hiervoor gepersonaliseerd drukwerk.”

Gadgets en relatiegeschenken

Erik van Ernst: “Bedrukte gadgets kunnen helpen om langere tijd letterlijk in beeld te zijn bij opdrachtgevers. Denk bijvoorbeeld aan een kalender. Maar er is veel meer mogelijk. Zo kunnen we nu bijvoorbeeld whiteboard-magneten en linialen voor op het werk bedrukken. Het kan ook effectief zijn om juist iets te geven waar mensen in hun vrije tijd iets aan hebben. Hierbij valt te denken aan golfballen, een fotoalbum of een vaas met het bedrijfslogo erop. Zo bouwt u aan uw relaties én bent u altijd top of mind bij opdrachtgevers. Voor grote en

kleinere aantallen kunt u bij Repro Mercurius terecht.”

Maatschappelijk betrokken

Repro Mercurius is ook begaan met de regio: “We sponsoren diverse sportclubs in de regio, waaronder de voetbalclub CVV Redichem. In 2013 vindt zelfs de zevende editie plaats van het Repro Mercurius pupillen-toernooi. Dit toernooi organiseren wij elk jaar en het is gaaf om te zien met hoeveel enthousiasme de jeugd hieraan meedoet. De jeugd heeft bij ons een streepje voor, daarom ondersteunen we dit soort clubs graag.” Naast het ondersteunen van jongeren in de regio is het reproductiebedrijf ook Golden Sponsor van het Historisch Museum Ede. Verder zijn ze nog lid van diverse businessclubs, welke ook veel goede doelen ondersteunen. Op deze manier draagt Repro Mercurius iets bij aan de regio.

Repro Mercurius is dé expert in reproductie, dat is wel duidelijk. De zeven medewerkers van het Edese bedrijf staan iedere werkdag klaar om uw opdracht uit te voeren. Deskundig, snel én goed. Wij wensen iedereen een productief, gezond én succesvol 2013. ■

**Repro Mercurius, Telefoonweg 124
6713 AL, Ede, 0318-619018
info@repromercurius.nl
www.repromercurius.nl**

Broekhuis Ede denkt verder dan het product auto

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is voor steeds meer bedrijven een belangrijk speerpunt. Ook bij de keuze voor een nieuwe bedrijfswagen krijgt dit voor veel bedrijven concreet vorm. Autobedrijf Broekhuis Ede ondersteunt bedrijven hierbij, want ook bij Broekhuis staat maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog in het vaandel. Bert Middelman, directeur van Broekhuis Ede: "We hebben het certificaat 'Erkend Duurzaam' en we denken graag mee met bedrijven als het gaat om duurzaamheid in mobiliteit."

Bas Verbeek, accountmanager voor de zakenmarkt, licht de werkwijze van Broekhuis Ede toe: "We hebben onze slogan 'meer dan auto's' met een reden. Dit slaat bijvoorbeeld op onze actieve vorm van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Concreet vertaalt dit zich naar regionale sponsorprojecten, het bieden van stageplaatsen en lidmaatschappen bij businessclubs. Daarnaast leveren we meer dan alleen het product 'auto'. Wanneer een klant

bij ons komt, zorgen we dat hij zo min mogelijk omkijken heeft naar het rijklaar maken van zijn nieuwe bedrijfswagen. Het liefst regelen we alles zo dat hij direct kan doorrijden naar zijn volgende klus."

Totaalconcept in mobiliteit

Broekhuis Ede neemt klanten alle zorg uit handen. "Dit is voor ons de reden van een specialist voor de zakenmarkt", licht Middelman toe. "De combinatie tussen zijn

kennis van bedrijven en bedrijfswagens, zorgt dat de zakelijke klant met één contactpersoon op één plaats kan schakelen: one stop shopping." Voor de zakelijke opdrachtgever is er een lijn met drie modellen bedrijfswagens. Daarnaast zijn er drie personenauto's die desgewenst omgebouwd worden tot bedrijfswagen. Bas Verbeek zorgt dat de zakelijke klant met een totaaloplossing aan het werk kan: "We adviseren zakelijke klanten over hun comple-





Over Broekhuis

Tachtig jaar geleden startte Hendrik Broekhuis een lokaal autobedrijf in Barneveld. Vandaag de dag is het familiebedrijf één van de belangrijkste spelers in de Nederlandse automotive sector onder leiding van de kleinkinderen van Hendrik Broekhuis. De holding voert inmiddels tien merken en bestaat uit bijna veertig dealerbedrijven, zeven autoschadebedrijven, een leasemaatschappij en Carplus: de bedrijfswagenspecialist. Broekhuis Ede levert én onderhoudt gebruikte en nieuwe auto's van alle merken, waaronder natuurlijk de tien merken van de Broekhuis Groep: Opel, Seat, BMW, Chevrolet, Volvo, Ford, Peugeot, Hyundai, Skoda en Mini. Kortom, het ideale aanspreekpunt voor advies over de aanschaf van bedrijfswagens.

te mobiliteit. Zo kunnen ze bij ons terecht voor financiering en verzekering, maar ook voor de ombouw, inbouw en bestickering van bedrijfswagens.”

Bedrijfswagenpark Broekhuis Ede

De lijn bedrijfswagens bestaat uit de nieuwe Opel Movano die leverbaar is in vier lengtes en aanhangwagengewicht tot 3.500kg. Daarnaast is er de Opel Combo die verkrijgbaar is in twee lengtes met een laadvermogen tot 1.025kg en voorzien van de zuinigste dieselmotor in zijn klasse. De stabiele Opel Vivaro is sinds 2001 het meest gevraagde model in zijn klasse. De Opel Zafira, Opel Antara en de Chevrolet Captiva zijn de drie personenwagens die kunnen worden omgebouwd tot bedrijfswagens. Verbeek: “Opel bedrijfswagens gooit hoge ogen als het gaat om ‘total cost of ownership’, vanwege de hoge restwaarde en lage kilometerkostprijs.”

Betrokken en duurzaam

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is enorm belangrijk bij Broekhuis Ede. Dit is terug te zien in bijvoorbeeld de vloestofkerende vloer in de werkplaats, waardoor vloestoffen niet in de grond komen. Uiteraard wordt afval, zoals olie, banden en accu's, gescheiden en wordt er zuinig omgegaan met energie. Deze manier van ondernemen is ook terug te zien in de maatschappelijke betrokkenheid. “Voor mensen die moeilijk aan een baan komen, zoeken we naar manieren om ze toch aan werk te helpen, daarnaast creëren we diverse stageplaatsen binnen ons bedrijf. We hechten waarde aan de ontwikkeling van (jonge) mensen, dit is ook terug te zien in de sponsoring van sportclubs”, aldus Bert Middelman. Deze activiteiten zijn beloond met ISO-certificering, BOVAG-onderscheiding en het certificaat ‘Erkend Duurzaam’.

Milieuvriendelijk advies

Verbeek: “We ondersteunen klanten graag bij het duurzaam inrichten van hun wagenpark. Auto's zoals de Opel Ampera zijn hiervoor een prachtige innovatie vanwege de aandrijving door een elektromotor. Dankzij een speciale ‘range extender’ wordt de accu tijdens het rijden opgeladen en kan de bestuurder indien nodig overschakelen op een verbrandingsmotor. Zo is de actieradius van de Ampera aanzienlijk groter dan die van andere elektrische auto's.” De Opel Ampera heeft een lage CO2-uitstoot en heeft hierdoor 0% bijtelling voor zakelijke rijders en valt onder drie soorten investeringsaftrek: MIA, KIA en VAMIL. Een inzichtelijke investering voor een populair en milieuvriendelijk model. De titel ‘Auto van het Jaar 2012’ is voor klanten een bevestiging van het milieuvriendelijke karakter. ■

Coöperatiefonds geeft stichtingen en verenigingen uit deze regio een 'boost'

Rabobank: van taptoe tot speeltoestel

Rabobank Vallei en Rijn heeft vanuit het Coöperatiefonds bijdragen toegekend aan zeven organisaties uit onze regio. Uit handen van directievoorzitter Barry van de Lagemaat ontvingen zij de cheques op de hoofdvesting van de Rabobank in Ede. Dankzij de bijdragen van de bank kunnen projecten in onze regio ook daadwerkelijk gerealiseerd worden.

Belangrijke rol voor Ledenraad

Barry van de Lagemaat: "Het Coöperatiefonds van Rabobank Vallei en Rijn is bedoeld om sociaal-maatschappelijke, culturele en innovatieve projecten van verenigingen en stichtingen uit deze regio een 'boost' te geven. Uiteindelijk moet de bijdrage van de Rabobank de doorslag geven dat een initiatief ook daadwerkelijk van de grond komt." Een belangrijke rol in de beoordeling is weggelegd voor de Ledenraad. Vier keer per jaar beoordelen deze leden van Rabobank Vallei en Rijn de ingediende projecten.

Breed scala

De bestuursleden namen vol trots hun cheque in ontvangst. Daarnaast kregen zij de ruimte om een presentatie te geven over hun initiatief. Een breed scala aan projecten kwam naar voren, met soms ontroerend mooie verhalen. Zo kan Netwerk Dien je Stad uit Ede met de toegekende € 5.000,- mensen hulp bieden die zelf geen sociaal netwerk hebben. In het bijzonder zet een grote groep jongeren zich hiervoor in. Zij geven bijvoorbeeld de tuin van ouderen een winterbeurt of helpen een alleenstaande moeder bij het verzorgen van haar kleine kinderen. Mannenkoor



Voice-Male treedt dankzij een bijdrage van € 3.500,- in het vervolg op in nieuwe koorbekleding. En dankzij het Coöperatiefonds kan ook de komende drie jaar de Airborne Taptoe Ede georganiseerd worden. Inmiddels is dit culturele event in Ede een begrip. De stichting ontving een bedrag van € 15.000,-.

Uw project

Als coöperatieve bank steunt Rabobank Vallei en Rijn met een deel van haar winst jaarlijks zo'n 40 projecten. Voor veel stichtingen en verenigingen is het niet altijd mogelijk hun ideeën en projecten te realiseren. Door middel van het Coöperatiefonds kan soms net die extra hulp geboden worden. Ook projecten van verenigingen en stichtingen die gevestigd zijn in onze regio, maar activiteiten daarbuiten hebben, komen in aanmerking voor een bijdrage. Heeft uw project ook dat steuntje in de rug verdiend? Ga dan naar www.rabobank.nl/vr en kijk onder 'Coöperatiefonds'. ■

Naam stichting

Stichting De Vrolijkheid Wageningen

Mannenkoor Voice-Male

Stichting Other Wise Wageningen

CNS Prins Floris Ede

Jeugd sportfonds Veenendaal en Rhenen

Stichting Promotie Ede

Stichting Tijd voor Actie

Bijdrage

€ 5.000,-

€ 3.500,-

€ 3.000,-

€ 7.000,-

€ 7.250,-

€ 15.000,-

€ 5.000,-

Doel

Jongerenproject AZC Wageningen

Aanschaf nieuwe koorbekleding

Organisatie iWeeks in Wageningen

Aanschaf nieuw speeltoestel voor school en buurt

Sportstimulering voor kinderen in Rhenen en Veenendaal

Organisatie Airborne Taptoe Ede 2013-2015

Netwerk Dien je Stad

18X Porsche Scene Live voor maar
€60,-



Ontvang 12 x Porsche Scene Live + 6 reeds verschenen edities voor €60,-
Porsche Scene Live is het onafhankelijke lijfblad voor de Porsche liefhebber. Wil je een jaar lang elke maand Porsche Scene Live ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar www.porsche-scene.nl, vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 18XPSL in.

www.porsche-scene.nl

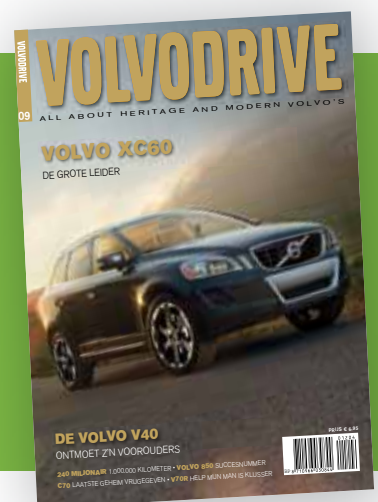
12X Great British Cars voor maar
€45,-



Ontvang 6 x Great British Cars + 6 reeds verschenen edities voor €45,-
Great British Cars is een onafhankelijk magazine voor de liefhebber van Engelse auto's. Wil je een jaar lang elke twee maanden Great British Cars ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar www.greatbritishcars.nl, vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 12XGBC in.

www.greatbritishcars.nl

12X Volvodrivre Magazine voor maar
€45,-



Ontvang 6 x Volvodrivre Magazine + 6 reeds verschenen edities voor €45,-
Volvodrivre Magazine is het lijfblad voor de Volvo liefhebber. Wil je een jaar lang elke twee maanden Volvodrivre Magazine ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar www.volvodrivemagazine.nl, vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 12XVD in.

www.volvodrivemagazine.nl

BT A12
EDE - VEENENDAAL

VOOR BEDRIJVEN MET PIT

Bedrijventerrein A12 Ede - Veenendaal

- Food Valley
- Direct gelegen aan A12 en A30
- Glasvezel
- Parkmanagement
- Warmte- en koudeopslag
- Camerabewaking

www.bta12.nl
[@BTA12Ede](https://twitter.com/BTA12Ede)

*Groeiend
ondernemen*