



Dit document wordt u aangeboden door:

RIVIERENLAND

BUSINESS[®]

klik hier voor meer artikelen

RIVIERENLAND

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 29 | NUMMER 1 | MAART 2013

BUSINESS[®]



Coverstory:
Jager & van den Oever
Communicatiespecialist uit Zaltbommel
Minder reclamebudget, wél meer rendement

Nationaal

Ben Tiggelaar, 'Wat ik vertel,
is geen hogere wiskunde'

Forum

Kansen voor 2013

Rivierenland
Business introduceert
BoB Rivierenland



Thema

Ben Tiggelaar

'Wat ik vertel,
is geen hogere wiskunde'

WWW.FSV.NL
FSV
FORUM • ADVISORIE

ZAKENAUTOTESTDAG RIVIERENLAND BUSINESS MELD U NU AAN ALS TESTRIJDER!



Drie keer per jaar organiseert Rivierenland Business een autotestdag. Wilt u netwerken met (nieuwe) zakelijke relaties, maar bent u tevens op zoek naar een nieuwe zakelijke auto?

Dan is de Zakenautotestdag van Rivierenland Business op 11 april 2013 de perfecte netwerkbijeenkomst voor u. Deze dag begint om 12.00 uur met een heerlijke lunch en eindigt ongeveer om 18.00 uur met een diner.

Dit is een kosteloze aangelegenheid waar wij u graag voor willen uitnodigen. Aanmelden kan via onze accountmanager Angela Kuijpers: angela@vanmunstermedia.nl

Tot ziens op de Zakenautotestdag van Rivierenland Business!



www.rivierenlandbusiness.nl

VOORWOORD

Lente

De meteorologische lente is op 1 maart officieel van start gegaan en dat was te merken!

Met 15,9 graden in De Bilt werd de warmste 5 maart ooit in Nederland geregistreerd.

Wat was iedereen daar aan toe na alle grijze en grauwe dagen. De horeca verwelkomt het mooie weer met open armen, nu de terrassen kunnen worden uitgestald en de consument snuffelt eindelijk tussen de rekken waar de voorjaars/zomercollectie al een tijdje hangt. De lentezon blijkt echter niet alleen goed voor de omzet, maar maakt ook positiever, is goed voor je geheugen en stimuleert creativiteit, zo blijkt uit Amerikaans onderzoek.

Dat is ook te merken binnen het team van Van Munster Media. Ook hier ontstaan nieuwe initiatieven, waar we zelf razenthousiast over zijn.

Business ontmoet Business (BoB) is zo'n nieuw initiatief. Hiermee krijgen alle businessmagazines binnen Van Munster Media voortaan hun eigen ondernemersplatform. Of je nu een driedelig kostuum of een jeans draagt; iedere ondernemer is er van harte welkom. Je hoeft bij ons niet deel te nemen aan 'visitekaartjeswedstrijden', maar kunt wel meedoen aan allerlei interessante workshops, onze netwerkborrel bezoeken of je opgeven voor de autotestdag.



Hoewel de moderne communicatiemethoden een steeds prominentere rol gaan spelen in het zakelijke milieu, blijft persoonlijk netwerken het meest effectief voor het aantrekken van klanten, juist tijdens de recessie. Dus kom uit je winterslaapmodus en meld je vandaag aan door een e-mail te sturen naar mijn collega Danny Toonen: danny@vanmunstermedia.nl.

Met vriendelijke groet,

*Jessica Scheffer
Hoofdredacteur Rivierenland Business*



Cover: Jager & van den Oever

Zakenmagazine voor de regio Rivierenland
www.rivierenlandbusiness.nl

JAARGANG 29
maart 2013, editie 1

REDACTIEADRES
Postbus 6684
6503 GD Nijmegen
Tel. 06 420 495 20
jessica@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Jessica Scheffer

REDACTIE BIJDAGEN
Sofie Fest, Hans Hooft,
Lars van Bergen

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman

DRUK
Drukkerij Boumans Verhagen

FOTOGRAFIE
Karim de Groot

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Angela Kuijpers t: 024-373 1090

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar en worden automatisch verlengd. Opzeggingen kunnen uitsluitend schriftelijk worden doorgegeven en dienen uiterlijk twee maanden voor de vervaldatum in ons bezit te zijn.

Aboneevoordelen: 6 keer per jaar het vakblad, toegang tot het volledige archief op www.rivierenlandbusiness.nl, 12 x per jaar de digitale nieuwsbrief, korting op lezersaanbiedingen Rivierenland Business, gratis opname bedrijvengids en vacatureservice.

COPYRIGHTS
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 verstrekte gegevens.

© 2013 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever

BUSINESS NATIONAAL
Landelijk kern van de regionale zakenmagazines

Postbus 14101, 3508 SE Utrecht
T 030-2512818 E ub@wxs.nl
I www.business-nationaal.nl

EINDREDACTIE: Hans Hajée
REDACTIEMEDEWERKERS:
William ten Brink, Arie Craanen,
Paul de Gram, Cees Louwers,
Mart Rienstra, Tony Vos
ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
T 030-2512818 E ub@wxs.nl
VORMGEVING bpMedia + Design

Rivierenland Business wordt uitgegeven door Rivierenland Producties BV, onderdeel van Van Munster Media Groep



- 6** Coverstory: Met minder reclamebudget meer rendement
- 8** Forum kansen voor 2013
- 12** Hoe maak je van de crisis een kans?
- 14** Inbraakpreventie: wat kunt u doen?
- 15** Businessflitsen

Thema: Internationaal zakendoen

- 16** Zoek de grens eens op
- 18** ABN AMRO: 'Er verandert meer dan alleen het rekeningnummer'
- 20** Binnen één jaar maakt heel Nederland gebruik van IBAN
- 21** Checklist voor bedrijven
- 23** Tips & tricks
- 25** De agenda
- 26** Column BTW Nederland

NATIONAAL



I Retraite in VS voor Ben Tiggelaar

'Geluk en groei niet op afroep beschikbaar'



VI Trendbreuk bij files geen reden achterover te leunen

Managen van mobiliteit: dwingen of verleiden?



XII Doorbraak elektrisch rijden laat op zich wachten

De kip of het ei?

- 27** FSV: Samenwerking loont!
- 28** Slopen, verkopen of blijven hopen
- 32** MKB trends 2013

Thema: Kantoorcultuur

- 34** Een nieuwe kantoorcultuur
- 36** Negen slimme tips voor je thuiswerkdag
- 39** Nieuw risico in werk: technostress

- 40** Rivierenland Business introduceert BoB Rivierenland
- 42** Recensie De Oude Betuwe
- 44** Raar!
- 45** Opmerkelijk
- 46** Enkele standhouders Fenexpo stellen zich voor
- 47** Drie commerciële topdagen voor ondernemers
- 49** Standbouw Prins Design
- 50** Businessflitsen



'Zorg dat je in gesprek blijft met je werknemers'



6

'Internetgebruikers houden van vinden en niet van zoeken'



16

Duitsland is en blijft onze belangrijkste handelspartner



Machtsposities komen onder druk te staan

34



Steeds meer winkels verdwijnen uit de binnensteden

28



42

'De Oude Betuwe klinkt veel mensen ongetwijfeld bekend in de oren'



40

'Juist in deze tijd is persoonlijk contact belangrijker dan ooit'

Met minder reclamebudget meer rendement

De ondernemer heeft door de economische crisis over het algemeen een kleiner budget te besteden aan marketing- en reclamemiddelen. Hij weet dat hij aan reclame moet doen om toch onder de aandacht te blijven bij de doelgroep, maar daar staat een overvloed aan mogelijkheden van reclamemiddelen tegenover. Het gevolg is een ondernemer die twijfelt en zich afvraagt welke middelen hij moet kiezen voor het meeste rendement. Rivierenland Business ging in gesprek met Ruud Jager en Roelof van den Oever van Jager & van den Oever over reclame, online communicatie, e-commerce en de rol van Google.

“Wij zien regelmatig ondernemers die door de economische omstandigheden flink in hun reclamebudget moeten schrappen”, vertelt Roelof van den Oever. “Daarnaast zijn zij zich ook extra bewust dat de middelen die zij in willen zetten efficiënt en doeltreffend moeten zijn. Het aanbod communi-

catiemiddelen is momenteel zo groot. De huidige trend richt zich vooral op online communicatiemiddelen, zoals een moderne website of webshop, Social Media of Google AdWords campagnes, maar gedrukte media heeft haar kracht absoluut niet verloren. De kracht van ons bedrijf ligt in het maken

van combinaties tussen online en offline media. Rendement uit reclame halen betekent goed nadenken over de combinaties van communicatiemiddelen.”

Krantencampagne

“Huishoudens besteden per week gemiddeld drie kwartier leestijd aan de folders”, vult Ruud Jager aan. “Wij hebben met de kranten, die wij huis-aan-huis verspreiden, veel succes. Een krant met een duidelijke ‘Call to Action’ is een middel dat commercieel gezien veel effect heeft, ook omdat het nieuws-waarde biedt. Daardoor worden onze kranten goed gelezen. Zeker als de actie goed wordt afgestemd op een functionele website of webshop, dan is het rendement hoog.”

Online communicatiemiddelen

Ruud Jager vervolgt: “Natuurlijk is online communicatie belangrijk. De vraag naar goede en moderne websites wordt steeds groter. Ook mobiele websites en webshops spelen een steeds belangrijkere rol. Toch vindt een goede ondersteuning van online media nog steeds plaats door offline communicatiemiddelen. Een Direct Mail blijft een goed communicatiemiddel om een bestaande doelgroep in beweging te laten komen.”

“Om nieuwe doelgroepen te bereiken werken wij ook aan de vindbaarheid in de ver-





schillende zoekmachines van een website of webshop van de klant”, voegt Roelof van den Oever toe. “Internetgebruikers houden van vinden en niet van zoeken. Zoeken brengt voornamelijk irritatie met zich mee. Gemiddeld maakt 48 procent van de consumenten via internet kennis met nieuwe producten. Door een website goed op te bouwen zowel in techniek als in design en de inhoud te voorzien van een heldere en prettig lezende tekst is een website een effectief en plezierig communicatiemiddel.”

De kracht van e-commerce

“In webshops en vooral ook mobiele webshops zien wij zeker potentie”, vervolgt hij. “E-commerce omvat de distributie, verkoop en marketing van producten en diensten via internet en blijft zich ontwikkelen. Hier liggen heel duidelijk kansen voor on-

dernemers. Natuurlijk is een webwinkel een groeiproces. Er gaat tijd overheen voordat een webshop rendement oplevert. De klanten die wij adviseren en begeleiden in het bouwen van een webshop of website, zien vrijwel altijd een stijgende lijn in hun omzet.”

Google AdWords

“Om meer bezoekers te bereiken zetten we efficiënte Google AdWords campagnes op. Potentiële klanten zoeken met bepaalde woorden naar hun producten en diensten op internet. Met Google AdWords wordt de website op het juiste moment zichtbaar met relevante keywords”, gaat Roelof van den Oever verder.

“Een goed geschreven en specifieke advertentietekst maakt potentiële klanten enthousiast om door te klikken naar de website.

Wij stemmen de tekst zo af dat bezoekers alleen doorklikken als hun zoekwoorden relevant zijn. Dat is belangrijk om teleurstelling van de zoekers te voorkomen, omdat zij niet vinden wat zij zoeken. Daarnaast wordt er bespaard op het campagnebudget en wordt er meer rendement uit de campagne gehaald, want alleen echt geïnteresseerden komen op de website.”

Website Leads

Toch speelt ook de vraag hoe effectief een website is. Met behulp van Google Analytics is veel informatie te verzamelen over de statistieken van de website; hoe vaak wordt een website bezocht, wat zijn de belangrijkste onderwerpen en hoe komen mensen binnen op een website? In hoeverre hier directe leads uit te halen zijn blijft ook onduidelijk. Ruud Jager verduidelijkt: “Wij zien dat klanten hieraan behoefte hebben. Zij willen weten wie hun website bezoekt. Een cijfer wordt dan ineens een naam van een bedrijf. Daarom werken wij met speciale software die het mogelijk maakt om legaal te achterhalen wie deze bezoekers zijn, met naam en bedrijfsgegevens, zodat de ondernemers zelf contact op kunnen nemen en zo leads uit hun website halen.”

Meer rendement

Wilt u vrijblijvend advies over minder reclamebudget en met wél meer rendement? Maak dan een afspraak met Ruud Jager (06 48078860) of met Roelof van den Oever (06 51225939). Of vul het ‘minder reclamebudget, wél meer rendement’ formulier in op de website www.jevdo.nl. ■

‘Om kansen te kunnen pakken, moet je ze wel zien’

FOTOGRAFIE KARIM DE GROOT

Forumdiscussies vormen een vast onderdeel in Rivierenland Business. Het aantal aanmeldingen voor het forum ‘Kansen voor 2013’ was echter zo overweldigend dat er deze keer gekozen werd voor een andere insteek. Voor het eerst discussieerden maar liefst 32 deelnemers op 29 januari 2013 bij De Schildkamp in Asperen over diverse stellingen.

Met 32 deelnemers kon Rivierenland Business van een record spreken. Na een kop koffie en een welkomstwoord van de uitgever, gingen de deelnemers aan tafel en werd er over vier verschillende stellingen gediscussieerd. Tussendoor wisselden de deelnemers van tafel zodat zij tijdens elke discussie bij nieuwe ge-

zichten aan tafel zaten. Na de vier discussierondes kon men tijdens de lunch nog uitgebreid netwerken en visitekaartjes uitwisselen.

De reacties op de nieuwe opzet waren positief. “Ik vond het heel inspirerend om met mede-ondernemers over de stellingen te praten”, blikt Jacqueline van

Zetten van Dua Communicatie terug. “Zeer interessant om zoveel verschillende ideeën te horen”, vult Annamarie van Daalen van De Schildkamp aan. Maikel Ooijens van OurBrand vindt deze opzet een goed alternatief voor het oorspronkelijke forum. “Het is fijn om veel verschillende visies naast elkaar te kunnen leggen.”

Gerard van Kilsdonk van Het Nieuwe Zeker ziet graag een vervolg. “Dit forum gaf zeker inzicht in de kansen die op straat liggen voor ondernemers. Het zou mooi zijn wanneer deze opzet meerdere keren per jaar terugkeert.”



Stelling 1: 2012 biedt geen garantie voor de toekomst. 2013 wordt het jaar van vooruitblikken en kansen pakken

Over de eerste stelling zijn veel deelnemers het eens: deze stelling is eigenlijk altijd van toepassing. De ondernemer moet zelf aan de slag en nieuwe kansen creëren en pakken. "In 2013 zie je duidelijk het verschil tussen de goede ondernemer en de minder goede", trapt Jurgen Versteegh van J.Versteegh Hoveniersbedrijf af.

"Om kansen te pakken moet je ze wel zien", meent Nelis van Ooijen van Astecom.

Dit vindt ook Co Stouten van Stouten & Wijnen Accountants. "Maak tijd vrij om kansen te onderzoeken en te ontdekken."

"Er zijn volop nieuwe kansen, maar om die te kunnen pakken moet je jezelf goed kennen en weten waar je goed in

bent en iets toe kunnen voegen", vult Monique van Asperen van Open & Puur aan.

"Het geeft energie om hierbij vanuit een positieve inslag te kijken", redeneert Adriaan Elenbaas van ABN AMRO.

"Je moet goed nadenken over de kwaliteiten van jouw bedrijf", vindt ook Ans Looye-Verhoef van Rabobank West-Betuwe. "Wat maakt dat jouw bedrijf aantrekkelijk is voor klanten?"

Wout Cobussen van Zout & Peper Catering onderstreept het belang van samenwerking. "Door de samenwerking op te zoeken met andere partijen, sta je samen sterk."

Frank Engelbart van Rijnconsult roept ondernemers op om meer naar buiten te gaan om ideeën op te doen. "Kruip niet in je schulp!"





Stelling 2: Het contact met de klant wordt weer persoonlijk

Volgens Henk Folkers van Folkers & Van der Made Advocaten is het contact met de klant altijd al belangrijk geweest. "En het zal altijd belangrijk blijven."

"Nieuwe klanten winnen is moeilijker dan huidige klanten behouden", merkt Piet Verhoeven van Aequor op. "Steek tijd in je huidige klanten, analyseer wat hen drijft om bij jou te kopen en wees je bewust van wat eventueel verbeterd kan worden."

"Luister naar wat je klant wil en niet andersom", stelt Marc Aldewereld van ABKM Program Management BV.

Ralph Klaare van De Schildkamp is het hiermee eens:

"Koeester je bestaande klant. Wanneer je deze blijft voeden, voedt deze jou ook!"

"Zoek je klanten op in goede en slechte tijden", zegt Roemer Daalderop van Film in Bedrijf stellig.

"Laat medewerkers zich meer verplaatsen in de klant", voegt Marianne Metz van Metz in Coaching toe. "Neem ze bijvoorbeeld mee naar de klant of nodig de klanten uit."

Geerard van Giessel van Het Nieuwe Zeker zegt het niet helemaal eens te zijn met de stelling. "Persoonlijk contact is alleen bij complexe producten van groot belang of wanneer de klant het wil."



Stelling 3: 2013 is het jaar van sociale innovatie (denk aan leeftijdsbewust personeelsbeleid, ziektepreventie, ontslagrecht)

De meningen over deze stelling zijn verdeeld. "Sociale innovatie geeft ook kansen", aldus Daphne Pieterse van R&D Training & Advies BV. "De medewerker moet echter ook willen, anders strandt het."

"Zorg dat je in gesprek blijft met je werknemers", beredeneert Raoul van den Oever van Van den Oever Wonen en Slapen.

"Is het voor de medewerker wel zo sociaal?", vraagt Susan 't Lam, student Hogeschool InHolland zich hardop af. "Het woord sociaal kun je wat mij betreft weg laten, want het personeel is vaak de dupe."

Stan Cornelissen van TipTopDesigners.nl voegt toe: "Kijk naar de persoon, probeer niet klakkeloos te ontslaan!"

Niels Veen van OCT zegt het eens te zijn met de stelling, maar plaatst er wel een kanttekening bij. "Personeel is altijd essentieel voor het succes van de organisatie. Vooruitgang als onderneming betekent dus ook vooruitgang op sociaal gebied."

Veel forumdeelnemers zijn voor een Zweeds verdienmodel. Zo ook Ruud Jager, van Jager & van den Oever. "Na je vijftigste zou je, afhankelijk van je kennis en prestatie, eventueel minder mogen gaan verdienen."

Stelling 4: De nieuwe wetgeving, waaronder op het gebied van aanbesteding, en uitstel van btw-afdracht, zorgt voor een vermindering van de regeldruk

Het gros van de aanwezigen is het met deze stelling absoluut niet eens. Volgens onder andere Reeves Charlesworth van De Vleugelslag is er te weinig flexibiliteit in regelgeving. "Er moet meer rekening gehouden worden met individuele situaties." Ook Gerard Kroon van Folkers & Van der Made Advocaten heeft er zo zijn bedenkingen bij. "Ik zie weinig voordeel. Het is slechts uitstel van executie."

Volgens Peter Molenwijk van Flantua/Van Driel & Partners slaat de regelgeving vaak door. "Ik pleit dan ook voor een minder gedetailleerde wetgeving."

Esther Boxman van Merging IT vindt dat er minder geklaagd moet worden. "Er is een versoepeling qua regels, daar mogen we in Nederland heel blij mee zijn!"

Christian van der Mark van SBM Advocaten geeft een praktische tip: "Hoe dan ook, het blijft belangrijk om als ondernemer je administratie op orde te hebben."

Na een ochtend discussiëren blijkt dat 2013 door veel ondernemers wordt aangegrepen voor herbezinning. Ondernemers kijken meer dan ooit naar hun onderscheidende factor. Er is geen tijd om bij de pakken neer te gaan zitten. Positivisme is het toverwoord. Tamme de Vries van ProMissie vindt bijvoorbeeld dat we af moeten van de angst in de economie. "We moeten met vertrouwen kunnen ondernemen."

Hoe maak je van de crisis een kans?

De Nederlandse consument bezuinigt en past zijn bestedingsgedrag aan. Hierdoor zijn op sommige gebieden duidelijke groeikansen te zien. Tegelijkertijd zijn veel bedrijven voor een belangrijk deel afhankelijk van de handel met het buitenland. Export en internet blijven belangrijke economische aanjagers.

De detailhandel en horeca merken de daling in bestedingen van de Nederlandse consument. De bezuinigingen van de overheid drukken de koopkracht en de verdere verzwakking van de huizenmarkt

blijft de Nederlandse consument raken. Hierdoor verandert het consumptiepatroon. Zo blijkt dat de consument bewustere keuzes maakt op bijvoorbeeld de aankoop van een auto. Een sterk stimulerend fiscaal beleid van de overheid heeft bovendien de verkoop van kleine en zuinige auto's sterk gestimuleerd.

Horeca

In de horeca en recreatie hebben bedrijven met een uniek belevingsaanbod een streepje voor, zeker in combinatie met relatieve

'low budget'-prijzen. Samenwerking is in deze sector te zoeken in gezamenlijke promotie van een stad, streek of recreatiegebied. Door de laagconjunctuur blijven consumenten en bedrijven kritisch op hun uitgavenpatroon. Het risico van 'overprijzing' ligt op de loer, zeker nu branchevreemde aanbieders de concurrentie vol ingaan en vooral op prijs concurreren.

Elektronica

Op het gebied van elektronica geven consumenten méér uit aan nieuwe gadgets zo-

Winston Churchill zei ooit 'een optimist ziet een kans in elk probleem'. Natuurlijk zijn het moeilijke tijden voor veel ondernemers, ook in 2013. Het financieren van nieuwe plannen gaat stroef en de voorstellingen zijn niet bepaald rooskleurig. Toch biedt de crisis ook veel kansen. Wanneer veel bedrijven failliet gaan, dan profiteer je als ondernemer van een afnemende concurrentie. Hier ligt voor inventieve ondernemers een kans. Bijvoorbeeld wanneer je iets nieuws weet te brengen wat de klanten in hun veranderende behoeften voorziet. Maar waar heeft de consument in 2013 behoefte aan?

als tablets. Eind 2011 waren er in Nederland 1,7 miljoen tabletgebruikers, zes maanden later waren dit er al 2,8 miljoen. Ook steeds meer bedrijven maken hier gebruik van.

Internet

Hoewel internet al sinds jaren geen nieuwe innovatie meer is, blijft hier de markt groeien. Ook zijn steeds meer consumenten actief op social media: meer dan de helft van de Nederlanders heeft een Facebookaccount. Ondernemingen die nog niet zijn ingespeeld op deze nieuwe markt zullen aan concurrentiekracht verliezen in 2013. Het is voor de ondernemer dus onontbeerlijk om virtueel aanwezig en vindbaar te zijn. Alleen aanwezigheid op internet is echter niet voldoende. Online en offline activiteiten dienen met elkaar verbonden te worden.

Export

Als exportland blijft de wereldeconomie ook in 2013 voor Nederland erg belangrijk. Om in dit nieuwe speelveld te overleven hebben ondernemers een brede, internationale blik nodig. Mede door online ontwikkelingen is wat eerst ver weg leek, nu veel dichterbij.

Op diverse vlakken blijft de binnenlandse markt achter en kan de Nederlandse industrie gebruik maken van hun buitenlandse activiteiten om deze krimp op te vangen. Verwacht wordt dat de binnenlandse consumptie de komende jaren nog onder druk blijft staan. De economische groei in Azië en de investeringstoename in de VS bieden belangrijke kansen voor met name de chemie en metaalindustrie. Ook de transportsector kan profiteren van de aantrekkende

wereldhandel. De agrarische sector is ook sterk afhankelijk van de internationale markt en heeft afzetkansen op de wereldmarkt. Er is vooral een flink groeipotentieel in de rol als distributeur van agrokennis.

Groen is poen

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen wint steeds meer aan terrein. De consument kiest steeds bewuster. Als ondernemer kun je onderscheidend zijn wanneer je kiest voor innovatie met aandacht voor duurzaamheid. Buy local is hierbij geen loze kreet meer. Investeer in de eigen leefomgeving en kies voor kleinschalige duurzame productie. De overheid stelt steeds meer geld beschikbaar voor duurzame ondernemers. Zorg dus dat je in aanmerking komt voor subsidie. Bedrijven die niet milieu- en maatschappelijk bewust ondernemen, verliezen de gunst van de klant en overleven niet. Kortom: groen is poen.

Wetten en regels

Naast de reeds genoemde kansen krijgen MKB-ondernemers in 2013 ook te maken met aangescherpte regels en wetgeving, mede omdat de maatschappelijke eisen aan transparantie steeds scherper worden. Die aangescherpte regels bieden niet alleen beperkingen, maar ook extra mogelijkheden. In 2013 kiest de ondernemer voor kostenbesparingen en alternatieve vormen van samenwerking, financiering en flexibele inzet van mensen. Dat alles vraagt om een goede juridische basis. Met de komst van het nieuwe ontslagrecht zijn ondernemers bijvoorbeeld kritischer in het geven van een vast contract. Een flexibel arbeidscontract biedt hierbij bijvoorbeeld uitkomst. Ondernemers die financieel in zwaar weer

verkeren en problemen hebben bij het afdragen van de btw krijgen met ingang van dit jaar uitstel voor btw-afdracht tot een bedrag van € 20.000. Onder bepaalde voorwaarden kan dit betekenen dat je de btw-afdracht tot € 20.000 een kwartaal later kan doen.

Aanbestedingswet

De nieuwe Aanbestedingswet, die vanaf april 2013 in werking zal treden, geeft ondernemers uit het MKB een eerlijke kans op overheidsopdrachten. De wet voorziet hierin doordat overheden wordt verboden opdrachten nodeloos groot te maken of onredelijke omzettingen te stellen aan ondernemers. En als de overheid toch opdrachten bundelt, moet daar een goede motivatie voor zijn en moet stilgestaan worden bij de gevolgen voor het bedrijfsleven.

Keuzes

Kortom de nieuwe dynamiek gaat veel van de ondernemer vragen. Het zal niet altijd even makkelijk zijn om hier op de juiste manier op te anticiperen. Bedrijven die in de toekomst willen floreren, moet nu duidelijke keuzes maken. Niet vanuit een terugblik op behaalde resultaten, maar op basis van een vooruitblik naar verwachte ontwikkelingen. ■

Bronnen:

Sectoren in economisch perspectief / ING Economisch Bureau, MKB Trends 2013/ MKB, Servicedesk, Panteia, Ondernemerschap.nl, KvK, Rabobank Cijfers & Trends

Inbraakpreventie: wat kunt u doen?



Uw bedrijf is uw levenswerk. Door alle energie en tijd die u in uw bedrijf steekt, is een inbraak in uw bedrijfspand extra vervelend. Een goede reden om er alles aan te doen om een inbraak in uw bedrijf te voorkomen. Univé Rivierenland zet voor u een aantal nuttige feiten en inbraakpreventietips op een rij.

Om een inbraak te voorkomen, moet u zich in de situatie van een inbreker verplaatsen. Een inbreker heeft namelijk met een aantal factoren te maken:

1. Tijd

De inbreker opereert het liefst in het donker en is steeds in tijdnood. Elke maatregel die de kans op ontdekking en de benodigde tijd voor de inbraak en het afvoeren van de buit vergroot, vermindert de interesse van de inbreker. Heeft de inbreker voldoende tijd en kan hij in het donker opereren dan kan elke beveiliging overwonnen worden. Voorzie uw pand daarom van verlichting in een slagbestendige behuizing met een schemerschakelaar. Hang de armaturen op een hoogte van minimaal 2,70 meter. Een inbraakalarm detecteert een inbreker nadat hij of zij binnen komt. Een alarm voorkomt dus niet altijd dat er ingebroken wordt. Maar een inbreker heeft door het alarmsignaal minder tijd om goederen te verzame-

len. Inbrekers kiezen daarom liever voor panden zonder inbraakalarminstallaties. Daarnaast is het raadzaam om na te denken over inbraakvertraging. Bijvoorbeeld door hekwerken te plaatsen rondom het bedrijfsgebouw of door deuren en ramen te voorzien van goed hang en sluitwerk. Als de inbreker toch binnenkomt dan kan de inbraak nog vertraagd worden door zaken op te slaan in inbraakwerende kasten, vitrines of kluisen.

2. Middelen

Inbrekers gebruiken vaak eenvoudig inbrekersgereedschap. Het hang- en sluitwerk dient enige tijd intact te blijven zodat de inbreker meer tijd nodig heeft om binnen te dringen in uw bedrijfsgebouw.

3. Ontdekking

Wist u dat ...

- 80% van alle inbraken wordt gepleegd door amateur-gelegenheidsdieven?

- De inbreker altijd haast heeft, omdat hij bang is om ontdekt te worden?
- Lichtkoepels, kelderramen en dergelijke vaak een gewilde opening zijn bij het inbrekersgilde?
- Dieven meestal eenvoudig inbrekersgereedschap gebruiken? Hoe aantrekkelijker de opgeslagen goederen, hoe zwaarder het gereedschap dat door de dieven ingezet wordt.

Wilt u meer inbraakpreventietips? Maak dan eens een vrijblijvende afspraak met een adviseur van Univé. Om te beginnen krijgt u dan een gratis bedrijfsanalyse zodat u weet welke risico's u loopt. Daarnaast taxeren wij de herbouwwaarde van uw onroerend goed. U wilt immers niet te hoog noch te laag verzekerd zijn. En we inspecteren uw bedrijfsterrein, inclusief een advies hoe u het beste brand of inbraak kunt voorkomen. Wanneer? Wat ons betreft zo snel mogelijk. Bel nu 0184-658411. Of maak een afspraak via www.unive.nl/mijnbedrijf. Hier kunt u bovendien nog meer preventietips lezen. ■

UNIVÉ
VERZEKERINGEN

BUSINESS FLITSEN

BETUWE STRAND IN BEESD HAALT HOGE SCORE

Betuwestrand Recreatie in Beesd heeft tijdens de ANWB en ADAC inspectie een score behaald van 4,5 sterren uit een maximaal te behalen score van 5 sterren. In 2012 is de ANWB gestart met een samenwerking met de Duitse zusterclub de ADAC. Van de 10.000 geïnspecteerde campings in Europa hebben er 'slechts' 134 campings 5 sterren behaald. Dus het team van BetuweStrand is super trots op het behaalde resultaat van 4,5 sterren.

BetuweStrand is door de ANWB altijd hoog gewaardeerd. De laatste jaren behaalde het recreatiecentrum een mooie 9,3. Er werd door de ANWB gekeken naar het terrein, de standplaatsen en het sanitair, maar BetuweStrand is veel meer dan dat. Tijdens de huidige ANWB/ADAC inspectie telt het totaalplaatje mee. Dus naast het terrein, de standplaatsen en het sanitair tellen ook winkel en horeca, zwemmen en ontspanning mee. Op het BetuweStrand is het ook mogelijk om te zwemmen of te waterskiën. Informatie: www.betuwestrand.nl



Fotografie:
Cynthia Brandwijk

GROEIEND AANTAL BEDRIJVEN ZET ZICH IN VOOR MENSEN MET EEN ARBEIDSBEPERKING

Bij het bedrijf Brandwijk Kerstpakketten – Promo.nl in Zaltbommel kwamen op dinsdag 29 januari 2013 partners van De Normaalste Zaak bijeen voor de tweede tekensessie sinds de start van het netwerk. Het event was een succes; steeds meer bedrijven zien de kansen van werken met mensen met een arbeidsbeperking.

Tijdens de bijeenkomst tekende installateur Wolter & Dros als 100e werkgever voor een inclusieve arbeidsmarkt. Koplopers spraken bovendien de ambitie uit om ook de rest van ondernemend Nederland te overtuigen van inclusief ondernemen. Niek Jan van Kesteren, algemeen directeur VNO-NCW, steunde deze ambitie en noemde de partners van De Normaalste Zaak 'de voorhoede van ondernemers die de beweging naar een inclusieve arbeidsmarkt in gang kunnen zetten'.

Animo voor inclusief ondernemen neemt toe

Dat steeds meer bedrijven de kansen zien van werken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt blijkt uit de snelle groei van het netwerk De Nor-

maalste Zaak. Sinds de start van het netwerk in april 2012 hebben meer dan 100 werkgevers getekend voor een inclusieve arbeidsmarkt.

Beeld kantelen van onwil bij werkgevers

Ondanks de vele goede voorbeelden van partners van De Normaalste Zaak heerst volgens Bert van Boggelen, kwartiermaker De Normaalste Zaak, nog het beeld dat werkgevers niet willen werken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Niek Jan van Kesteren, directeur VNO-NCW, beaamde dit en schatte dat zeker 7 op de 10 ondernemers in Nederland juist welwillend staat ten opzichte van inclusief ondernemen. Hij sprak daarom zijn steun uit voor De Normaalste Zaak die dit zichtbaar maakt.

Inclusief ondernemen, zonder dwang

De werkgevers pleitten tijdens de bijeenkomst voor een overheidsbeleid dat inclusief ondernemen stimuleert in plaats van afdwingt. Als alternatief op het quotum stelden werkgevers voor om zichzelf doelstellingen op te leggen zodat er daadwerkelijk meer arbeidsplekken worden gecreëerd voor mensen met een beperking. Ook spraken de bedrijven het voornemen uit om de rest van ondernemend Nederland te overtuigen van de kansen van werken met mensen met een arbeidsbeperking.



Zoek de grens eens op

Ondernemers die afhankelijk zijn van klanten in Nederland, hebben in deze tijden te maken met een binnenlandse economie die de eerste voorzichtige stappen naar herstel maar niet lijkt te kunnen zetten. Diverse landen in Europa hebben echter te maken met een groeiende economie. In combinatie met de vervagende landsgrenzen is het voor de Nederlandse ondernemer dus zeker de moeite waard om de mogelijkheden over de grens eens te gaan verkennen. We zetten enkele van die landen op een rij.

Rusland

Rusland heeft nog steeds een groeiende economie. Dat merkt onder andere Flora-Holland, eigenaar van de veiling in Aalsmeer. Volgens een rapport van ABN Amro uit 2012 is vooral bij snijbloemen de exportstijging naar Rusland opvallend hoog: de export liet tot augustus 2012 een groeicijfer zien van bijna 43 procent. Hiermee hoort Rusland bij de vier grootste exportbestemmingen van Nederland.

Daarnaast heeft de Russische overheid verschillende maatregelen getroffen die internationale handel aantrekkelijker maken. De bedrijfsbelastingen zijn verlaagd en aan de bestrijding van corruptie is hoge prioriteit gegeven. Om buitenlandse investeerders aan te trekken heeft de Russische regering in verschillende regio's zogeheten Special Economic Zones opgericht. In deze gebieden gelden gunstige belastingregimes. Ook investeert Rusland

flink in groei van de agrarische sector, wat kansen oplevert voor Nederlandse bedrijven uit de land- en tuinbouw, toeleveranciers en aanverwante voedingsmiddelenindustrie. Een laatste troef zijn de Olympische Winterspelen van 2014 in Sochi.

Turkije

Turkije behoort tot de twintig grootste economieën van de wereld en is een van de meest aantrekkelijke bestemmingen. Ook is het land onderdeel van de Douane-unie en voert het toetredingsonderhandelingen met de EU (de lokale wetgeving moet verder in lijn worden gebracht met EU-wetgeving). Turkije kent verschillende sectoren die in de lift zitten, zoals de creatieve industrie en de gamingsector. Ook de bouwsector begint na een dip weer langzaam te groeien en wordt gedomineerd door duurzame bouwprojecten. Een opvallende, meest recente ontwikkeling is die van de defensie, lucht- en ruimtevaart. Turkije heeft ambitieuze plannen om deze industrietakken verder te ontwikkelen. De overheid stimuleert de clustering van bedrijven, kennisinstellingen en overheidsinstanties die innovatieve producten ontwikkelen en in de markt zetten. Bedrijven en instanties krijgen daarbij een tegemoetkoming in de kosten door middel van gunstige belastingmaatregelen (incentives).

Duitsland

Duitsland is en blijft onze belangrijkste handelspartner. Het buurland is goed voor een vijfde deel van de invoer en een kwart van de export. Een belangrijke sector met groeipotentie is die van de gezondheidszorg. De vergrijzing is een grote uitdaging voor Duitsland en biedt veel kansen voor ondernemers in die branche. De kansen voor Nederlandse bedrijven liggen onder andere bij de inzet van E-Health toepassingen, bijvoorbeeld Apps





voor home care of diagnostische toepassingen, de inzet van Assisted Ambient Living concepten, producten en diensten, de snelle groei van particuliere ziekenhuizen en de ontwikkeling van groene ziekenhuizen, grote investeringen in (nieuwe) verpleeghuizen en gezondheidstoerisme.

België

België is na Duitsland onze belangrijkste handelspartner. In 2010 exporteerde Nederland voor ruim 41 miljard euro naar België. Hier liggen kansen op het gebied van ICT-toepassingen voor logistiek en mobiliteit, duurzame energie, chemie, creatieve industrie en toepassingen voor de seniorenmarkt. België is verder ook actief op het gebied van aardwarmte. De Vlaamse onderzoeksorganisatie VITO wil samen met een achttal partners aardwarmte in Vlaanderen op de kaart zetten. Aardwarmte zou in Vlaanderen een kwart van de stroombehoefte kunnen dekken. Verschillende bedrijven en kapitaalverstrekkers in Vlaanderen en het buitenland overwegen te investeren in het project. In het najaar schrijft VITO naar verwachting een openbare aanbesteding uit voor het boortraject.

Frankrijk

De Franse industriële sector is de op één na grootste van Europa en één van de belangrijkste markten voor de Nederlandse toeleveringsindustrie. Een andere belangrijke sector in Frankrijk is die van de levensmiddelenindustrie. Deze behoort tot de grootste van Europa en maakt veelvuldig gebruik van industriële toelevering. Daarnaast investeert Frankrijk veel in infrastructuur, milieutechnologie, duurzame energie en innovatie. Zo wordt in maart de tweede tenderprocedure voor de bouw van 200 windmolens voor de kust van Tréport (Haute-Normandië) en bij het Île de Noirmoutier (Vendée) gelanceerd. De Franse overheid wil met de aanleg van de offshore windparken voor de Franse kust een belangrijke impuls geven aan de ontwikkeling van deze industrie. De sector levert op termijn 10.000 hoogwaardige arbeidsplaatsen op.

Italië

Italië is de vijfde exportpartner voor Nederland. Er zijn meerdere sectoren die interessant zijn om zaken te doen, zoals zonne- en bio-energie, medische biotechnologie, de logistieke sector, de designbranche en de kleding- en modebranche.

De wereldtentoonstelling in Milaan in 2015 brengt de komende jaren kansen met zich mee, zoals de aanleg van het expoterrein. Daarnaast is de Italiaanse markt voor videogaming sterk in ontwikkeling. De omzet in de Italiaanse videogame-industrie wordt voornamelijk gegeneerd door buitenlandse multinationals, die in de meeste gevallen slechts een filiaal in Italië hebben.

Polen

Polen kenmerkt zich door een positief investeringsklimaat. De komende jaren zal deze trend zich naar verwachting voortzetten. Daarmee biedt dit Centraal-Europese land veel kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven, zeker ook voor het MKB. Dat staat in een kansdossier van Agentschap NL over de kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven in Polen. Het dossier geeft een algemene schets van de mogelijkheden die Polen het Nederlandse bedrijfsleven biedt. Daarnaast wordt specifiek ingegaan op de meest kansrijke sectoren: water, logistiek, agri- en food, en energie. ■

Meer info: www.agentschapnl.nl
www.mkb servicedesk.nl

SEPA: de standaard voor betalen in Nederland en Europa

'Er verandert meer dan alleen het rekeningnummer'

FOTOGRAFIE KARIM DE GROOT

Vanaf 1 februari 2014 is er geen verschil meer tussen binnenlandse en grensoverschrijdende euro-betalingen binnen Europa. Er wordt dan overgestapt naar één gezamenlijke betaalmarkt: SEPA (Single Euro Payments Area). Deze overstap vloeit voort uit nieuwe Europese wetgeving. ABN AMRO Tiel doet er alles aan om haar relaties zo goed mogelijk voor te bereiden op deze overgang. "Wij vinden het belangrijk om ondernemers op de hoogte te houden van de laatste ontwikkelingen", aldus Herber Blokland, Directeur Bedrijven ABN AMRO Tiel.

ABN AMRO Tiel is in 2012 al gestart met het voorlichten van haar relaties over de overstap naar SEPA. "Voor veel ondernemers is het nog een ver-van-mijn-bed-show", aldus Blokland. "Om die reden hebben wij eind vorig jaar al speciale lunches en workshops georganiseerd om het tastbaarder te maken."

Overboekingen

"Er verandert meer dan alleen het rekeningnummer", vult Pieter van Dam aan. Als Consultant Cash Management & Trade Services bij ABN AMRO adviseert hij Midden- en Kleinbedrijf-relaties over hun (inter)nationale betalingsverkeer, liquiditeiten en werkkapitaal, iDeal, cards, documentaire kredieten etcetera. "Heb je als ondernemer bijvoorbeeld nog geen recent boekhoudprogramma, dan zul je dit moeten updaten. Ondernemers die aan de bank overboekingen en/of incasso's in batches aanleveren, moeten bovendien rekening houden met een gewijzigd bestandsformaat: Clieop03 en BTL91 worden vervangen door één bestandsformaat: XML. Zorg dat je boekhoudpakket hier klaar voor is."

Incassomachtigingen

Ook de registratie van incassomachtigingen wijzigt, benadrukt Van Dam: "Wie nu een Incassocontract Bedrijven heeft, zal

de debiteuren opnieuw een machtiging moeten laten tekenen. Tevens dient de ondernemer de nieuw afgegeven machtiging te laten registreren bij zijn eigen bank."

Flinke administratieve wijzigingen dus. "Daarnaast veranderen de storneringstermijnen", vervolgt hij. "Incasso's via een SEPA-incasso Bedrijven Contract kunnen niet gestorneerd worden door de debiteur. Incasso's via een SEPA-incasso Algemeen Contract kennen daarentegen een stornerecht van acht weken. Reden te meer om de debiteurenadministratie eens goed door te lichten."

SEPA-tool

Naast de workshops worden de relaties van ABN AMRO op allerlei andere manieren gewezen op de naderende overgang naar SEPA. "SEPA maakt nu een belangrijk onderdeel uit van onze advisering om een zo vloeiend mogelijke overstap naar de SEPA-standaard te bewerkstelligen", vertelt Van Dam. "Relaties én prospects waar de impact groot is, zoals bij incassanten, worden pro-actief bezocht."

Er is een handige SEPA tool ontwikkeld waarmee ondernemers, zowel relaties van ABN AMRO als prospects, online kunnen checken wat ze moeten doen om SEPA-proof te zijn. "Nadat men op www.abnamro.nl/sepa

de enquête ingevuld heeft, ontvangt men direct een e-mail met alle veranderingen die van belang zijn", verduidelijkt Blokland. "Per verandering is te zien wat je moet doen om je bedrijf voor te bereiden op de overstap naar SEPA-betalingsverkeer."

Voordelen van SEPA

Blokland zegt te begrijpen dat ondernemers de overgang wellicht als een hoop 'rompslomp' ervaren, maar benadrukt dat het nieuwe systeem veel voordelen biedt. "Met de SEPA-overboeking is het veel makkelijker om geld over te maken naar maar liefst 32 SEPA-landen om ons heen. Ook bijvoorbeeld Engeland en Zwitserland, die niet de euro als betaalmunt voeren, behoren hier toe. Bovendien is betalen via automatische incasso ook mogelijk bij buitenlandse ondernemers in Europa. Daarnaast zijn SEPA-overboekingen voordeliger dan de huidige buitenlandoverboekingen. Tevens zijn er vaste verwerkingstijden. Eén van de grootste voordelen van SEPA voor internationale ondernemingen is dat zij in veel gevallen alle betalingen via één rekening in Nederland kunnen laten verlopen."

En China dan?

In het kader van internationaal transactie-verkeer biedt ABN AMRO sinds kort de



Herber Blokland en Pieter van Dam wijzen de relaties van ABN AMRO Tiel op de naderende overgang naar SEPA.

mogelijkheid om een Chinese Renminbi Rekening bij ABN AMRO Hongkong te openen. “Met deze rekening is het mogelijk om transacties te laten plaats vinden in de lokale munt, de Renminbi”, belicht Van Dam. “Dit biedt diverse voordelen. Zo heb je te maken met lagere kosten van de betaling, doordat valutawissel niet meer nodig is en kunnen transacties sneller verwerkt worden. Tevens heb je een sterkere onderhandelingspositie en daardoor scherpere prijzen omdat het valutari-sico niet doorberekend hoeft te worden”.

Client Support

Een vast aanspreekpunt bij ABN AMRO voor de dagelijkse bankzaken van de ondernemer is de afdeling Client Support.

“Met dit servicegerichte team van experts is de ondernemer verzekerd van een snelle en professionele afhandeling”, vertelt hij. “Nieuwe relaties of bestaande relaties waar complexe wijzigingen plaatsvinden, krijgen een Service Manager die hen als het ware aan de hand neemt en ontzorgt bij alle administratieve processen. Zo wordt er zo min mogelijk beslag gelegd op de commerciële tijd van een ondernemer.”

Market Insights

Sinds kort heeft ABN AMRO een app voor de iPad ‘Market Insights’, waarop periodiek economie- en sectorpublicaties te lezen zijn. Blokland vertelt enthousiast over de informatie die hierop te vinden is. “Je vindt er de laatste stand van zaken

voor diverse branches, maar ook macro-economische publicaties waaronder onze visie op de Nederlandse economie en/of interessante prognoses. Wij vinden het belangrijk om ondernemers op de hoogte te houden van de laatste ontwikkelingen.” Meer informatie: www.abnamro.nl/sepa.

Bent u MKB-ondernemer en nog niet benaderd door uw bank over SEPA? Dan willen de adviseurs van ABN AMRO u graag verder informeren. Neem hiervoor contact op met ABN AMRO Tiel op telefoonnummer 0344-640700, of indien uw onderneming minder dan € 1 miljoen omzet maakt met de afdeling Your Business Banking, bereikbaar via 088-2262626.

Binnen één jaar maakt heel Nederland gebruik van IBAN

Binnen een jaar maakt heel Nederland gebruik van IBAN. Dat lijkt een lange periode, maar de overgang op IBAN is voor veel bedrijven ingrijpend. Het jongste trendonderzoek van de Nederlandse Bank (DNB) laat zien dat meer MKB'ers aan de slag zijn sinds de start van de najaarscampagne van Over op IBAN. Ook steeds meer middelgrote bedrijven bereiden zich voor op de overgang naar SEPA-standaarden en het gebruik van IBAN. Toch geeft het trendonderzoek aan dat er komend jaar nog veel moet gebeuren.

Steeds meer bedrijven treffen concrete voorbereidingen voor de overgang op de Europese standaarden voor overschrijvingen en incasso's. Toch zijn veel bedrijven van plan om pas in de zomer over te gaan. "Het is goed om te zien dat steeds meer MKB'ers bezig zijn met de migratie naar de Europese betaalstandaarden. Wel moet er nog steeds veel gebeuren en is het belangrijk dat bedrijven niet langer wachten. We moeten filevorming aan het einde van dit jaar voorkomen. Anders lopen bedrijven het risico de deadline van 1 februari 2014 niet te halen", aldus Bernard Juffermans, programmamanager SEPA Nederland bij DNB.

Concrete stappen nodig

Uit de meest recente meting van DNB blijkt 90 procent van het MKB bekend te zijn met het International Bank Account Number (IBAN). De bekendheid van Single Euro Payments Area (SEPA) is de afgelopen tijd bij MKB'ers significant toegenomen. Vier maanden geleden had bijna de helft nog nooit gehoord van SEPA, nu ligt de bekendheid op 71 procent. Ondanks de toegenomen bekendheid is de meerderheid van het MKB nog niet aan de slag. Juffermans: "Het is belangrijk dat het MKB de voorbereidingen snel ter hand neemt. Hoe eerder bedrijven weten wat ze moeten doen, hoe beter zij de overgang op IBAN kunnen inplannen."

Weinig tijd, impact IBAN groot

Een meerderheid van de middelgrote bedrijven heeft een goed beeld van de impact van de overgang naar IBAN. Toch is zo'n



15 procent van de middelgrote bedrijven nog niet begonnen aan de voorbereidingen voor de nieuwe overschrijvingen. Bijna een derde heeft nog geen stappen ondernomen voor de invoering van de nieuwe incassostandaarden. Vooral middelgrote bedrijven moeten zich niet verkijken op de tijd die nog resteert tot de deadline.

IBAN Impact-check

De overgang naar SEPA standaarden is een ingrijpend proces voor veel bedrijven, want dit heeft consequenties voor onder andere de administratie, systemen en software. Uiteraard verschilt de impact per bedrijf, maar daarom is het des te belangrijker om inzicht hierin te krijgen. Ervaringen van bedrijven die momenteel bezig zijn met migreren, leren dat de voorbereidingstijd kan variëren van enkele weken tot ruim een jaar. Een gedegen planning is daarom essentieel. Het Nationaal Forum SEPA-migratie roept bedrijven op om de IBAN Impact-check op www.overopiban.nl in te vullen om de impact van de migratie op het bedrijf te bepalen. ■

Bron: www.overopiban.nl

Checklist voor bedrijven

1) Stel een plan van aanpak op

Het is verstandig om een coördinator aan te stellen die de veranderingen voor uw bedrijf in kaart brengt. Deze veranderingen zijn vaak breder dan gedacht. Zo raakt bijvoorbeeld het gebruik van IBAN als rekeningnummer niet alleen de administratie en software, maar moeten ook de communicatiemiddelen worden aangepast waar het rekeningnummer op vermeld staat. Als in kaart is gebracht wat de veranderingen en mogelijkheden zijn voor uw bedrijf, kunt u op basis hiervan een plan van aanpak opstellen.

2) Bepaal de overgangdatum

Na 1 februari 2014 kunt u het huidige rekeningnummer en de huidige incasso's en overschrijvingen niet meer gebruiken. Tot 1 februari 2014 geldt een overgangperiode, waarin zowel de huidige standaarden als de nieuwe standaarden gelden. U kunt nu al gebruik maken van de nieuwe betaalproducten. Kies voor uw overgang een realistische datum.

3) Informeer personeel, klanten, leveranciers en andere relaties

Breng uw relaties zo spoedig mogelijk op de hoogte van uw IBAN en wanneer u overgaat. U beschikt al over een IBAN, deze kunt u vinden op uw rekeningafschriften of via internetbankieren. Verzamel daarnaast de IBAN's van uw klanten, medewerkers, leveranciers en andere relaties en wijzig deze gegevens in uw administratie. U kunt alle huidige rekeningnummers in één keer naar IBAN over laten zetten via www.ibanbicservice.nl. Zorg verder dat uw facturen, formulieren, briefpapier, websites en andere communicatiemiddelen waar uw rekeningnummer op staat, tijdig worden aangepast aan IBAN.

4) Maak tijdig afspraken met uw softwareleverancier

Als u gebruik maakt van software voor uw boekhouding en bedrijfsvoering, dan betekent het dat u een aantal aanpassingen moet doen. Zo zullen alle databases waarin rekeningnummers zijn opgenomen, omgezet moeten worden naar IBAN. Ook verandert de standaard voor het aanleveren van betaalopdrachten naar ISO 20022 XML formaat. Het is belangrijk om te bepalen welke consequenties deze veranderingen hebben voor uw systemen en software en wat de doorlooptijden hiervan zijn. Neem daarom contact op met uw softwareleverancier.

5) Bepaal de consequenties van de nieuwe incassostandaarden

De nieuwe standaarden vragen ook om wijzigingen in bedrijfsprocessen. Dit geldt met name voor de nieuwe standaarden voor de incasso, waarmee ook van consumenten en bedrijven in andere landen geïncasseerd kan worden. Zo gelden er andere termijnen voor de aanlevering van incassobatches bij de bank. Ook zijn er richtlijnen over het vooraf



informereren van debiteuren over het bedrag en het moment dat u gaat incasseren (prenotificatie). Voor het gebruik van de incasso heeft u een nieuw contract met de bank nodig. Om te kunnen incasseren zijn verder aanvullende gegevens nodig zoals incassant ID (deze ontvangt u van uw bank), het kenmerk van de machtiging (een uniek kenmerk dat u zelf kunt bepalen), de IBAN van de debiteur en de datum van ondertekening van de machtiging.

6) Laat u goed informeren door uw bank

De betaalvereniging biedt u uitgebreide documentatie over de bestandsformaten, stappenplannen voor incasso's en waar bankspecifieke informatie te vinden is over aanlevertermijnen en -procedures. Banken bieden hun klanten verder informatie op de eigen website, bieden checklisten aan en bieden waar nodig (telefonische) ondersteuning. Stem eventueel met uw bank de overgangdatum af, specifieke bankgerelateerde aspecten en de ondersteuning die uw bank u kan bieden. ■

Bron: www.overopiban.nl

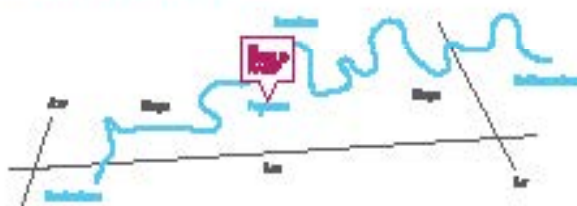
DE SCHILD KAMP

veelzijdig in gastvrijheid

De Schildkamp: veelzijdig in gastvrijheid

De Schildkamp is voor vele bedrijven en instellingen sinds jaar en dag een vaste locatie voor vergaderingen, presentaties, seminars, teambuilding sessies, bedrijfspartijtimmeren en bedrijfsfeesten. De Schildkamp biedt u naast een groene en waterrijke omgeving alles om uw zakelijke bijeenkomsten tot een succes te maken:

- 14 ruime halloonzalen, waaronder enkele salies en een familiekamer
- 11 volledig geïntegreerde vergaderzalen in diverse grootte
- vergaderzalen geschikt voor 5 personen (indeling naar voor)
- 2 zalen voor groepsbijeenkomsten tot 250 personen
- catering in de zalen en vergaderzalen
- 275 gratis parkeerplaatsen
- 4 in-house restaurants
- ruime, samen, fitness (gratis bij overname van zakelijke arrangementen)
- gratis WiFi in het hele gebouw
- verschillende gastkeuken en -keukens die uw bijeenkomsten altijd met zorg voor detail zullen begeleiden



Leerdamseweg 44 • 4147 BM Asperen • T. 0345-818814 • E. info@schildkamp.nl • W. www.schildkamp.nl
f facebook.com/deschildkamp t twitter.com/deschildkamp



Van Balveren

Hotel - Restaurant - Meeting - Training - Feest

Voorstraat 8, Echteld www.restaurantvanbalveren.nl 0344 643270



Business Lunch

12.00 – 15.00

voorgerecht

*

hoofdgerecht

*

koffie-thee met
friandises

€ 27,50

(H)eerlijk lunchen met een verrassende touch

WWW.

In de rubriek [www](#). belicht Rivierenland Business iedere editie drie sites waarop handige tools, nieuwtjes, weetjes te vinden zijn voor ondernemers.

Bedrijfsruimte

Werkt je vanuit huis en denk je recht te hebben op kostenaftrek van een bedrijfsruimte, dan kun je gebruik maken van de werkruimte-rekenhulp op de website van de Belastingdienst: [www.belastingdienst.nl](#)

Antwoorden

Antwoord voor bedrijven is voor ondernemers het startpunt van de rijksoverheid. Je ziet met welke nieuwe regels en wetswijzigingen je te maken krijgt. [www.antwoordvoorbedrijven.nl](#)

Vergunningen

Bedrijven hebben te maken met een veelheid aan wetten en overheidsregels. Op [www.vergunningenwijzer.nl](#), vindt je meer informatie over welke vergunningen van belang zijn als ondernemer.



BEURSTIPS

Het beurzenseizoen is weer in volle gang. Rivierenland Business verzamelde vier tips waarmee u voortaan een onuitwisbare indruk op een beurs maakt.

1. Bepaal uw doelstellingen en doelgroep

Waarom wilt u deelnemen en wat wilt u hiermee bereiken?

2. Stel een projectteam samen

Stel binnen uw bedrijf een projectteam samen dat alles rondom de beurs gaat regelen en organiseren.

3. Zorg voor een opvallende beursactie

Zorg voor een activiteit die uw doelgroep aantrekt.

4. Zorg voor een evaluatie na afloop van de beurs

Hoe heeft u de beurs ervaren? Wat zijn verbeterpunten? Maak uw resultaten van de beursdeelname zichtbaar en meetbaar.

PINNEN VIA SMARTPHONE

Payleven, de Europese pionier in slimme betaaloplossingen, heeft een volledig nieuw smartphone betaalsysteem gelanceerd dat geheel aan de eisen voldoet van 'het nieuwe pinnen'. Ondernemers kunnen vanaf heden op [www.payleven.nl](#) de PIN-reader bestellen voor €49 excl. btw. Payleven verlaagt de drempel voor kleine ondernemers om pin- en creditcardtransacties te accepteren door geen vaste kosten te rekenen.

Payleven startte afgelopen augustus al een pilot met kaartbetalingen via de mobiele telefoon onder enkele honderden ondernemers. Nu lanceert het bedrijf een compleet nieuw pinsysteem, dat gebruikmaakt van EMV-technologie, de geldende standaard voor pinbetalingen in Europa. De consu-

ment zal hiervoor de pinpas of creditcard in de externe PIN-reader 'dippen', en hierop ook de pincode invoeren. De PIN-reader wordt via Bluetooth gekoppeld aan de smartphone of tablet van de ondernemer, die in de payleven applicatie het transactiebedrag en een omschrijving van het product of de dienst invult. Het betalingsbewijs kan desgewenst per e-mail naar de consument worden gestuurd.

De ondernemer heeft geen vaste maandelijkse kosten of andere verborgen kosten en betaalt alleen voor het gebruik 2.75% transactiekosten. Het betaalsysteem vormt daarmee een laagdrempelig alternatief op traditionele pinapparaten en is vooral voor kleine ondernemers een aantrekkelijke optie.

FILM



in bedrijf

legt vast wat loskomt

BEDRIJFSFILM - INTERNETFILM
QR FILM - EVENTS

Lingedijk 10 - 4001 XJ Tiel - 06 26 078 399
info@filminbedrijf.nl - www.filminbedrijf.nl



VAN ECK & VAN STERKENBURG
ACCOUNTANTS BELASTINGADVISEURS

HEFENSTRAAT 18 T 0344 36 17 28
4110 BK BURGUM INFO@VEVS.NL

WWW.VEVS.NL

ACCOUNTANTS **jb** ADVISEURS



Een belangrijk uitgangspunt voor ons is de persoonlijke benadering van onze cliënten en relaties. Iedere ondernemer, onderneming en relatie is in onze ogen uniek en staat bij ons centraal.

Betrokkenheid, helderheid en vertrouwen zijn de kernwoorden van onze dienstverlening. En snelheid, want door alert te reageren op nieuwe situaties en wetswijzigingen stellen wij u in staat de juiste beslissingen te nemen. Snelheid betekent ook stiptheid, onder meer in het aanleveren van uw jaarsluitstukken. Dit bespaart de cliënten tijd en kosten en wij kunnen tijdig adviseren.

Onze dienstverlening is erop gericht om u uw zorgen te ontnemen. U te informeren en adviseren met verstand van zaken. Uw zaken. Daarom werken wij voor u en uw bedrijf alsof het om onze eigen onderneming gaat. De

JB Accountants & Adviseurs BV is een zelfstandig accountantskantoor waar een enthousiast team van accountants, belastingadviseurs en medewerkers als een hecht team samenwerkt ten behoeve van onze cliënten.

diensten die JB Accountants & Adviseurs BV aanbiedt zijn onder te verdelen in de volgende hoofdgroepen:

- **Accountancy**
- **Salaris**
- **Advies**
- **Fiscaal**

Als u verdere informatie wenst over ons kantoor en onze diensten kunt u altijd contact met ons opnemen. Via de mail jb@jbaccountants.nl of telefonisch onder het nummer 0345 535788.



JB Accountants en Adviseurs

Herman Kuykstraat 58c | 4101 AL Geldermalsen | +31 (0)345 - 53 57 88
info@jbaccountants.nl | www.jbaccountants.nl

Hersenstichting
Nederland

BEROERTE

Door een beroerte kan ik niet
meer goed voor mijn kind zorgen.

www.hersenstichting.nl/beroerte

**GEEF
VOOR EEN
BETER
HERSTEL
GIVE 860**

VAN HERWAARDEN

Accountants
Belastingadviseurs
Al met alle betrouwbare services

**Avondspreekuur op afspraak
Kennismakingsgesprek zonder kosten**

**Kerkstraat 20 - 5331 CE Kerkdriel
T. 0418-631992 - www.herwacc.nl**

**Drukwerk 4,435.000 Gulden
T. (0846) 67 13 10
guldenwerk.nl/drukwerk
www.flynth.nl**

FLYNTH

Ondernemen inspireert.

*Verder gaan
bij Stil staan*

Marja Oosterman
Gerestein 12, 4003 GG Tiel
0344-76 40 46 / 06-52 35 36 76
info@oleander-uitvaartzorg.nl
www.oleander-uitvaartzorg.nl

Oleander
UITVAARTZORG

ONDERNEMERS UITVAARTZORG BUREAU
LEIDEN/PAUSE UITVAARTZORG BUREAU



DE AGENDA

- **Event: Aqua Vakbeurs**
Wanneer: 19 t /m 21 maart 2013
Waar: Evenementenhal, Gorinchem
Informatie: www.evenementenhal.nl
- **Event: Marketing voor starters**
Wanneer: 21 maart 2013
Waar: KvK, Tiel
Informatie: www.kvk.nl
- **Event: On & Offshore**
Wanneer: 26 t /m 28 maart 2013
Waar: Evenementenhal, Gorinchem
Informatie: www.evenementenhal.nl
- **Event: Zakenautotestdag**
Wanneer: 11 april 2013
Waar: Diverse locaties in de regio
Informatie: www.rivierenlandbusiness.nl
- **Event: Zo start u als freelancer of ZZP'er**
Wanneer: 17 april 2013
Waar: KvK, Tiel
Informatie: www.kvk.nl
- **Event: Fenexpo**
Wanneer: 23 t/m 25 april 2013
Waar: Evenementenhal, Gorinchem
Informatie: www.fenexpo.nl

Nieuw beleid bij kantines en BTW in 2013

Uw rekening heeft u al in uw beschikking, en een goede reden tot uw succes.
In een nieuw concept versien u met de nieuwste periode, terwijl uw succes.



Inleiding

Bepaalde specifieke aangewezen organisaties, zoals sportverenigingen, kunnen voor de BTW onder voorwaarden gebruik maken van de zogenaamde vrijstelling voor "fondswerving", mits de omzet hiervan onder bepaalde drempels blijft.

Drempels

De drempels voor de omzet bij fondswervende activiteiten zijn gesplitst in drie categorieën:

- goederen: maximaal € 55.000 per jaar;
- diensten sport: maximaal € 22.700 per jaar;
- diensten overige: maximaal € 22.500 per jaar;

De drempel voor goederen en diensten geldt afzonderlijk, zodat voor de ene categorie een vrijstelling kan blijven gelden, terwijl de andere belast wordt met BTW.

Kantines

Kantines vormen een bijzondere plaats in binnen de regeling voor de fondswerving. Daarvoor geldt de zogenaamde "kantineregeling". De omzet van kantines kan, onder voorwaarden, en mits niet hoger dan € 55.000 per jaar, buiten de heffing van BTW blijven, zolang dat zij meetelt voor de eerder genoemde drempels. Dit betreft overigens een goedkeuring en geen verplichting.

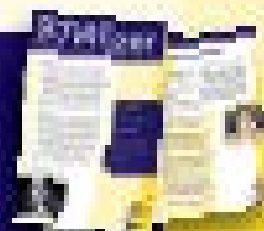
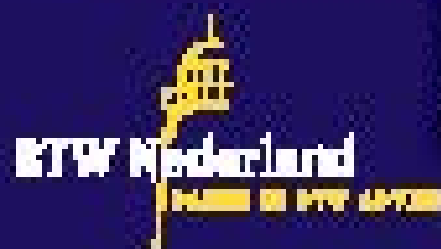
Levering van goed of van dienst

Voorgaande elementen zijn belang voor de beoordeling of dat een kantine in de BTW-heffing meet of kan worden betrokken.

Indien ten onrechte geen BTW wordt afgedragen, terwijl dat wel zou moeten, dan loopt men immers een risico. In bepaalde situaties is er echter juist een uitdrukkelijke wens om de kantine in de BTW-heffing te krijgen, vanwege bijvoorbeeld invorderingen waarvoor men afrekent met.

Wijzigingen in 2013

Recent heeft de belastingdienst nieuw beleid gepubliceerd voor kantines. Ten eerste is daarbij het omzetpercentage aangepast naar 11,5%. Ten tweede geldt dat de belastingdienst nu van mening is, dat omzet van kantines in beginsel dient te worden beschouwd als de levering van goederen. Voorheen werd deze omzet namelijk beschouwd als de levering van een dienst. Dit verschil in benadering kan tot gevolg hebben dat een kantine vanaf 2013 buiten de heffing van BTW gaat vallen, zodat de drempel afwijkt wordt overschreden. Daardoor is BTW op investeringen niet meer aftrekbaar en bestaat het risico op terugbetaling van BTW uit voorgaande jaren. Of het nieuwe beleid op dit punt strand gaat houden is overigens zeer de vraag, maar u bent zeker gewaarschuwd!



Meer informatie: www.btw-nederland.nl
020 22 22 22

T 020 22 22 22
F 020 22 22 22 btwnederland.nl

Ten behoeve van het signaleren van BTW-kansen en risico's ontvangen cliënten van BTW Nederland periodiek de nieuwsbrief BTWijzer. In BTWijzer wordt zonder rompslomp kernachtig aangegeven welke actuele ontwikkelingen en nieuwstellen er zijn. Milt u ook graag zonder kosten op de hoogte blijven van BTW-actualiteiten, meld u dan aan voor onze BTWijzer via info@btwnederland.nl.

Samenwerking loont!

FSV Corporate Finance is sinds 2012 actief als begeleider bij bedrijfsovernames en financieringen. Met Geurt Hogenbirk AA RAB en Harry van Daal aan het roer staat FSV Corporate Finance garant voor deskundige en ervaren begeleiding van ondernemers in een fusie- of overnametraject.

Voor veel ondernemers is het besluit tot aan- of verkoop een emotioneel moment, een sprong in het diepe of juist een afsluiting. Daar komt heel wat bij kijken, ook financieel en juridisch. Het inschakelen van de specialisten van FSV Corporate Finance is daarbij een zorg minder. Zij kennen de markt, zijn ervaren onderhandelaars en weten welke financiële en juridische wegen men moet bewandelen. Kennis die niet alleen uit boeken, maar juist ook uit ervaring komt is in een dergelijk traject heel waardevol.

Harry van Daal, één van de directeurs heeft al tientallen jaren ervaring op de teller staan. Als voormalig eigenaar van HLB van Daal en Partners zet hij nu zijn kennis, ervaring en netwerk in voor FSV Corporate Finance. Hij is een 'fusie en overnamesmid' pur sang. In de loop der jaren heeft hij zich ontwikkeld tot een strategisch wealth management advisor. Hij vindt dat het er wel degelijk om gaat wie je bent én ook om wie je kent! De platgetreden paden zijn niet voor hem.

FSV Corporate Finance is ook specialist in het waarden van ondernemingen. Bij koop- of verkoop van ondernemingen maar bijvoorbeeld ook in echtscheidings- en faillissementszaken of gerechtelijke procedures.

Een bedrijfswaardering vereist zorgvuldigheid, expertise en kennis van de markt. Geurt Hogenbirk AA/RAB, directeur van FSV Corporate Finance is als Register Adviseur Bedrijfsopvolging (RAB) de specialist in waarden. Hij is een bijzonder

klankbord voor ondernemers en levert altijd maatwerk. Voor het waarden van ondernemingen bestaat namelijk geen uniforme methode of vuistregel. Het is een complex geheel van factoren en omstandigheden die de waarde bepalen.

Ook voor financieringsadvies is FSV Corporate Finance de aangewezen partner. Juist in de huidige markt waarin banken terughoudend zijn met het verstrekken van financieringen is het voor FSV Corporate

Finance een uitdaging om alternatieve financieringswegen te bewandelen. FSV Corporate Finance heeft onder andere al meerdere crowdfundingprojecten mogen begeleiden. Het is zeer zeker een waardevolle toevoeging aan de bestaande financieringsbronnen.

Vanaf haar start heeft FSV Corporate Finance al veel opdrachten succesvol kunnen afronden. Een vliegende start mag je wel zeggen. ■

Meer informatie: Harry van Daal (06-51575407) of Geurt Hogenbirk (06-50604222).



Slopen, verkopen of blijven hopen

Uit een globale schatting blijkt dat in Midden-Nederland jaarlijks een economisch verlies optreedt van circa € 130 miljoen door gedeelde huurinkomsten bij leegstaande bedrijfs-, kantoor- en winkelpanden. In Rivierenland is de leegstand van kantoren omvangrijk te noemen. Uitschieters zijn met name de gemeenten Culemborg, Druten, Geldermalsen, Neerijnen en Tiel.

De stand van zaken op het gebied van vastgoed in het algemeen is niet bepaald rooskleurig te noemen. Dat vastgoed is te verdelen in commercieel en particulier: bedrijfs- en kantoorpanden, en woningen. Natuurlijk beperken we ons hier tot het commercieel vastgoed, en dan kunnen we dat verdelen in retail, industrie en kantoren.

- **Retail:** steeds meer winkels verdwijnen uit de binnensteden, dan gaat het met name om de kleinere speciaalzaken zoals de groenteman, de bakker en de slager – maar in feite geldt dit voor alle retail. Wat overblijft zijn de mega-waarenhuizen, supermarkten, grote kledingzaken en franchisers, bijvoorbeeld van schoenenmerken. Resultaat is dat de winkelcentra steeds meer een knip-en-plakinfilling krijgen: In elke stad zitten de Albert Heijn, Blokker en C&A gebroederlijk naast elkaar de andere, kleinere zaken weg te concurreren. Voor 2013 wordt overigens een volgende golf aan faillissementen in de detailhandel verwacht, zo stelt MKB-Nederland.

- **Industrie:** de Nederlandse bedrijvigheid wordt meer en meer een kennis-economie. De maakindustrie verdwijnt uit ons land en de productie wordt overgenomen door lagelonenlanden zoals

China. Gevolg is dat er steeds meer fabriekspanden leeg komen te staan.

- **Kantoren:** begin januari stond er in Nederland ruim 7 miljoen vierkante meter kantoorruimte leeg. Geschat wordt dat tweederde hiervan kansloos is. Met andere woorden: dat wordt nooit meer verhuurd dan wel verkocht.

Oorzaken

Voor de leegstand zijn wel enkele oorzaken aan te wijzen: als eerste natuurlijk de aanhoudende economische malaise, daar hebben alle sectoren last van. Als tweede oorzaak is de vergrijzing te noemen: de babyboom-generatie neemt afscheid van het werkende leven. Daardoor komen er plaatsen vrij die om diverse redenen niet (kunnen) worden opgevuld, en gaan winkels en bedrijven waarvoor geen opvolger te vinden is, noodgedwongen dicht. Specifiek voor kantoren geldt dan nog de trend van Het Nieuwe Werken, waarbij men overal en altijd kan werken omdat de technologie dat mogelijk maakt. Dit heeft tot gevolg dat ondernemingen (tot hun grote vreugde) minder kantoorruimte nodig hebben omdat de mensen elders hun taken verrichten, bijvoorbeeld thuis of op de zogeheten derde werkplek (flex-offices van bijvoorbeeld Regus, Spaces, Crown of seats2meet).

Toch blijft er, ook op lange termijn, wel een vervangingsvraag bestaan als gevolg van de veroudering van de bestaande kantorenvoorraad en het uit de markt halen van bestemde kantoorruimtes. Dit is goed te zien bij de regio Rivierenland waar in de periode 2021-2030 behoefte is aan 6.000 m² nieuwe kantoren. Het gaat hier zowel om uitbreidings- als vervangingsvraag. Hoewel de regio Rivierenland een bescheiden kantorenmarkt kent, zijn hier wel relatief veel plannen voor nieuwe kantoren (NEPROM, 2011). De Utrechtse regio staat nu en op termijn voor een duidelijk overaanbod aan kantoren. Bij deze regio gaat het in de tabel overigens alleen om uitbreidingsvraag, zonder rekening te houden met vervangingsvraag die ontstaat als gevolg van veroudering in de bestaande voorraad. De te verwachten vraag naar kantoorruimte staat in contrast met de leegstand die in de diverse deelregio's in Midden-Nederland bestaat. De vraag naar ruimte en de beschikbaarheid van leegstaande vierkante meters dient beter met elkaar in overeenstemming te worden gebracht, bijvoorbeeld door het aantrekkelijker te maken om het leegstaande vastgoed weer in gebruik te nemen. Het toevoegen van kwaliteiten aan de omgeving van vastgoed, zoals bereikbaarheid en voorzieningenpeil, kan aan de oplossing bijdragen.

Trias kantorica

Overigens beweert hoogleraar Vastgoedfinanciering Piet Eichholtz in een interview met Vastgoedjournaal dat kantoren geen toekomst hebben, hij ziet op termijn zelfs geen brood in de flexoffice-concept-



ten, op dit moment booming business. Nu staat Eichholtz wel bekend als de meest kritische en radicale speler in de branche, en moeten zijn uitspraken wellicht wat genuanceerd worden. Zo betoogde Cuno van Steenhoven, voorzitter Dagelijks Bestuur van DTZ Zadelhoff, bij de presentatie van het jaarlijks gepubliceerde VastgoedVisierapport dat men anders over vastgoed moest gaan denken: gebruikers zoeken geen pand, maar “een formule waar ontmoeten en goede horeca (sic!) essentieel zijn.” Hij noemde een soort trias kantorica als ideale situatie: “geïnspireerde werknemers in creatieve gebouwen op de goede plekken.” Dat klinkt even mooi als utopisch: door de crisis zijn de werknemers meer prestatiegericht, maar dat heeft meer te maken met het feit dat ze vrezen voor hun baan dan dat ze zo ‘geïnspireerd’ zouden zijn. Die creatieve gebouwen zijn dun gezaaid

in Nederland – als al duidelijk is wat er precies mee wordt bedoeld. Waarschijnlijk moeten we dan denken aan werkomgevingen die de creativiteit bevorderen en stimuleren. Maar ja, niet alle ondernemingen zijn reclame- en marketingfirma’s of softwareontwikkelaars die van gekkigheid (sorry: creativiteit) niet weten hoe apart ze hun werkomgevingen moeten ‘stylen’. En die goede plekken? Zijn dat ‘zichtlocaties’? ‘Gelegen in een lommerrijke omgeving’? Kortom: echt makelaarstaal. Daar is op zich niets mis mee, maar de kritische potentiële huurder weet tegenwoordig best het onderscheid te maken tussen hete lucht en praktische, functionele en reële zaken. Overigens pleitte dezelfde Van Steenhoven er in februari van het vorig jaar nog voor om het structurele aanbod aan kantoorvierkanten te slopen, wat neerkomt op zo’n 15 procent van het totale bestand en dat

voor de eigenaren een afschrijving van ‘minstens tien miljard euro’ inhoudt.

Oplossingen

Maar wat moeten we dan met al die leegstaande panden? Oude fabriekshallen vormen vaak een mooie achtergrond voor fotoshoots en filmopnames, maar wat kunnen we met leegkomende winkelpanden? Voor wat betreft lege kantoorpanden zijn er al veel verschillende oplossingen bedacht en uitgevoerd. Die oplossingen variëren van het inrichten van hotelkamers of studentenhuisvesting tot het aanleggen van kweektuinen voor groente en dergelijke. Ondernemingen die in een groot bedrijfspand zijn gevestigd maar minder ruimte nodig hebben, verhuren gedeeltes van dat pand aan bijvoorbeeld zzp’ers of vestigen er bijvoorbeeld een kinderopvang voor hun werknemers in – of zo’n horeca-gelegenheid ▲



die Van Steenhoven zo graag ziet.

Het feitelijke probleem is dat er de afgelopen decennia teveel is gebouwd, de projectontwikkelaars gingen er van uit dat hoeveel ze ook bouwden, er toch wel huurders of kopers voor zouden zijn. De gemeentes en andere overheden vonden het allemaal best: de grond werd duur verkocht en de bedrijven zouden werkgelegenheid meebrengen. Dat het een keer fout moest gaan, daar kon je eigenlijk op wachten. Vanwege de hierboven genoemde factoren kwam er veel leeg te staan, en konden nieuw gebouwde panden niet verkocht of verhuurd worden. Gemeentes die dachten een forse financiële slag te slaan door grond aan te kopen in de veronderstelling dat die later met flinke winst te kunnen doorverkopen aan projectontwikkelaars, zitten nu in enorme problemen, kijk maar eens naar Apeldoorn. Maar dit betreft niet alleen grond:

in oktober vorig jaar werd berekend dat in Nederland 12 miljoen vierkante meter commercieel gemeentelijk vastgoed niet maatschappelijk wordt gebruikt. Met de huidige marktprijs komt dat neer op een slordige 20 miljard euro.

Mede als gevolg daarvan heeft Amsterdam 'een vierkante meter voor een vierkante meter' als regel ingevoerd: voor elke vierkante meter die nieuw wordt gebouwd, moet een vierkante meter worden gesloopt. Ook wordt nagedacht over een (gemeentelijke) belasting op niet-duurzame gebouwen.

Klitten en verduurzamen

Daarmee hebben we meteen het eigenlijke probleem genoemd: gemeentes, andere overheden en projectontwikkelaars hebben veel geld geïnvesteerd in grond dan wel panden, en zijn niet bereid hun verlies te nemen. Met als gevolg dat die

panden leeg blijven staan, verouderen en dus steeds minder gewild zijn bij eventuele gebruikers. De gebruikers die nog wel naar een (ander) pand willen verkasen, kiezen ervoor om dicht bij andere bedrijven te gaan zitten. Je krijgt dus clusters zoals in Amsterdam Zuidoost en de Kop van Zuid in Rotterdam (kijk maar eens op www.skyscrapercity.com), maar er zijn veel meer van dergelijke klitlocaties te noemen. Wat er nog gebouwd wordt, dat moet duurzaam zijn – daar krijgen de bouwer nog subsidie voor ook, in de vorm van een fiscaal voordeel via de innovatiebox.

Wat dat betreft is er een geheel nieuwe tak in de bouw ontwikkeld: bedrijven die bestaande panden verduurzamen. Ook dat is een mogelijke oplossing voor het leegstandsprobleem. Zo stelde Jeroen Koevermans, directeur van MVGM Bedrijfshuisvesting: "De noodzaak om te

verduurzamen is hoog om een verdere structurele leegstand te beperken dan wel een forse afwaardering te voorkomen. Daarmee wordt het op bedrijfseconomische gronden nog aantrekkelijker om te verduurzamen.” (De Telegraaf, november 2012). Dat dit een trend aan het worden is, blijkt uit het feit dat er steeds meer BREEAM-milieucertificaten worden uitgereikt (zie www.breem.nl of de website van de Dutch Green Building Council: www.dgbc.nl).

Helaas komen heel veel panden niet in aanmerking voor een dergelijke facelift, om verschillende redenen. De eigenaar van een leegstaand bedrijfspand heeft dus in feite drie opties: slopen dan wel duurzaam renoveren, verkopen met zwaar verlies, of blijven hopen dat er uiteindelijk toch een gebruiker zal komen.

Constructies

Die potentiële gebruiker kan kiezen uit een enorm aanbod aan panden, en kan bovendien nog allerlei eisen stellen aan het pand van zijn keuze. De verhuurders bedenken inmiddels allerlei constructies om die huurder maar over de streep te trekken. Bijvoorbeeld een huurvrije periode, of zelfs een bijdrage in de investeringskosten. De huurder heeft over het algemeen minder vierkante meters nodig, maar die moeten dan wel van een hoge kwaliteit zijn. Denk daarbij aan voorzieningen als warmte-koudeopslag, energiezuinige verlichting, enzovoort. In dat kader heeft AgentschapNL een Leidraad Green Lease geformuleerd (te vinden via www.agentschapnl.nl of via www.platform-duurzamehuisvesting.nl) waarmee een huurder inzicht krijgt in de vele moge-

lijkheden voor een duurzaam gebruik en exploitatie van gebouwen.

Dat het vastgoedprobleem bestaat, daar is iedereen het wel over eens. Ook dat er, liefst op kortere termijn, een oplossing voor moet komen. Het regeringsbeleid stelt in ieder geval dat vanaf 2020 alleen nog duurzaam gebouwd mag worden. Wat er dan met de leegstaande panden moet gebeuren, daar zijn dus verschillende oplossingen voor ontwikkeld. Daarbij komt die innovativiteit van de Nederlander, gekoppeld aan onze handelsgeest, goed van pas. Daar moeten we dan maar op vertrouwen, dan komt het toch nog goed met ons mooie land. ■



MKB trends 2013: Goed gevonden worden via SEO

Hoog in de Google rangschikking komen, is ook in 2013 een belangrijke to do op het gebied van online marketing voor het MKB. Want ook al stijgt het gebruik van social media, voor verwijzing naar je website blijft SEO belangrijk.

Google legt adverteerders steeds meer in de watten. Zo is reclame steeds minder goed te onderscheiden van organische resultaten, zodat zoekers sneller op reclame klikken. Dat levert in elk geval meer omzet op voor Google, en als het meezit de adverteerder óók. Het is inmiddels geen geheim meer dat het Google niet meer alleen te doen is om verbetering van zoekdiensten. Zodra je bedrijf lager komt in de gewone zoekre-

sultaten, ben je genoodzaakt meer te gaan adverteren bij Google.

Adwords

Toch komt de omzet van bedrijven relatief meer van clicks op gewone resultaten dan via Adwords. Waarom ondernemers dan toch meer dan 90 procent van hun budget voor zoekmarketing aan Adwordsreclame besteden en minder dan 10 procent aan optimalisering van gewone

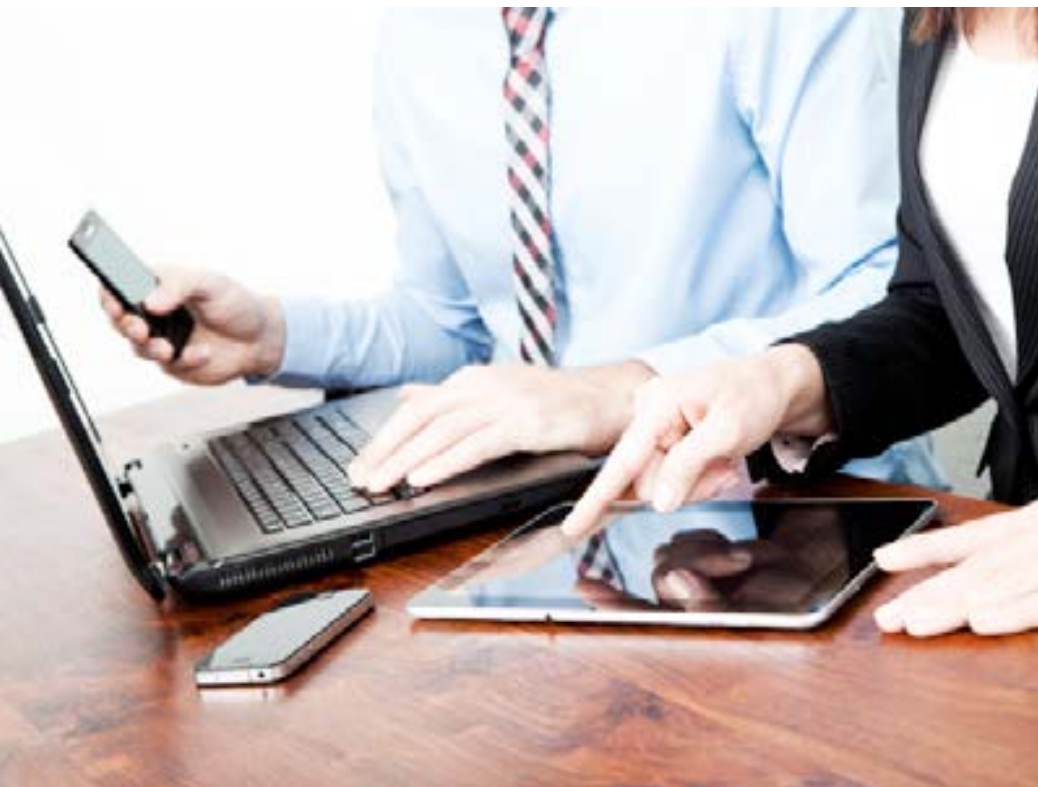
resultaten of SEO, is de vraag. Daarom adviseert MKB Servicedesk voor 2013 om toch echt meer te doen aan SEO.

Stop met trucs, begin met relevantie SEO is moeilijk. Google verandert voortdurend haar formules voor de uitkomsten van zoekopdrachten. Zoekresultaten veranderen steeds weer, zoals in 2012 met Google's vileine aanpassingen (ook wel bekend onder lieflijke dierenamen als Penguin en Panda), die ervoor zorgden dat spammerige websites en websites met SEO-trucjes (intro's volgooien met goede SEO-woorden) weggefilterd werden uit de organische resultaten. Elke keer als Google in zijn formules iets wijzigt, heeft dit grote invloed op de zoekresultaten. Soms kun je als bedrijf opnieuw beginnen met je SEO, zeker als die op trucs gebaseerd is.

Werkelijk relevante inhoud telt. Zo toont Google nu voor ruim 10 procent van de trefwoorden nog maar zeven organische resultaten in plaats van tien. Ook neemt de invloed van exacte namen en termen af. Dus bij zoeken naar 'loodgieters' komt minder snel loodgieter.nl naar voren. Teksten met twintig keer 'loodgieter' erin, zullen ook niet in de top tien komen. Dit komt doordat er steeds meer websites komen die teksten maken puur gericht op zoekdiensten. Ze leggen veel nadruk op het vaak noemen van trefwoorden, zonder dat die teksten inhoudelijk erg relevant zijn. Het heeft dus steeds minder zin om sluw te zijn, ook al werkt het in 2013 nog wel.

Sticky content maken

Tendens is dus het belangrijker worden van goede eigen content waarop zoekers





Feiten

- Voor verwijzing naar websites zijn zoekdiensten nog altijd drie keer zo belangrijk als sociale media. Zoekdiensoptimalisering (SEO) blijft dus belangrijk.
- Met maandelijks 11 miljard zoekopdrachten zijn zoekmachines goed voor 90 procent van de nieuwe bezoekers naar een website.
- Ongeveer 75 procent van degenen die actief zoeken op het internet, klikt op natuurlijke uitkomsten en een kwart komt betaald of gesponsord binnen.
- Nog sterker: ruim 40 procent van de online kopers op retail-sites komt via zoekmachines.
- Kortom, zoekmarketing blijft ook in 2013 koning, en Google keizer.

regelmatig klikken. Zelf die content (laten) maken is belangrijk, ook voor het MKB.

Zo doen ouderwetse persberichten het steeds beter in zoekresultaten. Maar belangrijker is de toevoeging van rich snippets aan de traditionele elementen van de webpagina's zoals titel, samenvatting, trefwoorden en toegankelijk adres. Te denken valt dan aan waarderingen dan wel recensies, foto's, video's en conversatie op sociale netten. Het is goed daar als ondernemer een plannetje voor te maken: hoe ga jij je website relevant maken voor zoekdiensten?

Mobiel zoeken

Belangrijke trends zijn ook meer en meer mobiel zoeken, onderweg en thuis, al dan niet gecombineerd met zoeken via spraak. Dit zal ook gevolgen hebben voor je SEO, aangezien mensen mogelijk op een andere manier zoeken. Zeker is dat je meer op locaties moet sturen, geografische namen, koppeling van Maps en wellicht ook gps-coördinaten aan content.

Er zal nog veel meer kennis beschikbaar komen over mobiel zoeken. Hoe wijkt dit af van zoekgedrag op de pc? En werkt zoeken op tablets anders? Wordt daarbij veel meer gebruik gemaakt van bijvoorbeeld Facebook? Het is goed voor het MKB om mobiel zoeken in de gaten te houden in 2013.

Google+ en Facebook

Ook zijn er hardnekkige geruchten dat Google de bedrijven die zich presenteren met Google+ een streepje voor geeft in de zoekresultaten. In 2012 is Google+ ondanks de fantastische groeicijfers van het aantal gebruikers nog geen succes gebleken. De bestede tijd van gebruikers is namelijk zeer kort. Vanwege het vermeende zoekvoordeel is het zeker aan te raden om de tenen eens in het water te steken bij Google+. Het werkt namelijk wel redelijk, bijvoorbeeld met het verbonden Google Hangout voor videochats met klanten.

De grote rivaal in dit sociale Google+ is natuurlijk Facebook. Personen vinden gaat redelijk, apps soms ook, maar publicaties worden nauwelijks weergege-

ven. Dat zal in 2013 zeker veranderen. Facebook komt naar verwachting met de zoekdienst van Microsoft, Bing, al dan niet samen met Yahoo. Reden genoeg voor bedrijven om Bing niet te vergeten met SEO, want Bing wordt belangrijk voor content die te vinden is op Facebook, maar zal ook daarbuiten heel langzaam terrein kunnen gaan winnen.

Wat mensen over je uiten op social media en op forums wordt dus ook voor zoekdiensten steeds belangrijker, ofwel: de rangschikkingen worden verder 'ge-humaniseerd'. Hiermee hangt het belangrijker worden van de bezoekduur per pagina nauw samen. Als de zoeker na een paar seconden op een pagina terugkeert bij Google, zal dit de rangschikking sterk beïnvloeden. Daarom nogmaals de tip: wees relevant. ■

Bron: MKB Servicedesk

Een nieuwe kantoorcultuur

Tijdens de Orgatec beurs, in oktober 2012 in Keulen, werden de resultaten gepresenteerd van een Duits onderzoek naar trends en ontwikkelingen in de werkprocessen op kantoren. De nadruk bij het onderzoek lag op de veranderingen voor wat betreft de communicatie in relatie met de veranderingen in de werkomgeving. Het onderzoek bracht enkele interessante zaken aan het licht.

In totaal werden 600 organisaties benaderd in het onderzoek, en er werd specifiek gevraagd naar hun interne communicatie. In het verslag van het onderzoek werd gesproken over een nieuwe werkorde (New Work Order).

Tweede digitale golf

Die naam (het rapport had zelfs die titel) was bewust gekozen, want de wereld is met de komst van de social media aanzienlijk veranderd, dus ook de communicatie die met het werk te maken heeft. De opkomst van de nieuwe communicatiemiddelen heeft volgens de onderzoekers een tweede digitale golf veroorzaakt: de informele communicatie versnelt de formele processen en verandert deze. Het alomtegenwoordige internet heeft het dagelijks leven substantieel veranderd door het individu zichzelf te laten organiseren en de consument meer daadkracht en keuzemogelijkheden te bieden. Het logische gevolg was dat de werkomgeving mee veranderde. De flexibele communicatie helpt nu ook bij het stimuleren van de werkprocessen in de kenniseconomie en heeft zelfs een complete revolutie teweeggebracht in de manier waarop organisaties zijn gestructureerd.

Everybody Like?

De ommekeer/revolutie/ontwikkeling, hoe je het ook wilt noemen, is internationaal: het internet is immers overal – al beperken sommige landen het gebruik ervan tot

staatsvriendelijke sites. Maar zelfs in die landen maakt men gebruik van social media om zijn onvrede met het bestel kenbaar te maken aan de buitenwereld. Soms met gevaar voor eigen leven, want de staat (Big Brother) monitort het dataverkeer. Terug naar democratische landen: hier hebben de technologische en maatschappelijke ontwikkelingen gezorgd voor een andere manier van werken. In Nederland heet dit Het Nieuwe Werken (al is communicatie daar slechts een onderdeel van). Maar dankzij die intensievere communicatie zijn bestaande structuren overboord gegooid (geen wonder dat die totalitaire regimes het internet inperken, ze weten wat er kan gebeuren) en daar is niet iedereen in de organisatie blij om. Hiërarchieën en machtsposities komen onder druk te staan of verdwijnen helemaal. Communicatie en samenwerken moet transparant plaatsvinden, je moet je kennis delen. Wie zijn kennis voor zichzelf houdt, gedraagt zich asociaal. Die communicatiemiddelen heten niet voor niets social media. Wie zijn kennis deelt en anderen helpt, krijgt erkenning, respect en wordt beschouwd als deskundige. Kortom: hij hoort bij de groep en is een waardevolle collega.

Verlengstuk

De nieuwe, communicatieve manier van werken moet een verlengstuk zijn van de kenniseconomie, en deze verder stimuleren. De Open Source automatisering, het transparante samenwerken, het beoordelen op

prestaties, de verdergaande versmelting van werk en privé, in feite zijn al deze zaken niet echt bevorderlijk voor een gezonde werkhouding en de verantwoording van de werkgever naar de werknemer. Desondanks zal de dynamiek van de wereldwijde concurrentie steeds hogere eisen stellen aan de criteria voor efficiënt en prestatiegericht werken.

Pijlers

Uit het onderzoek komt ook naar voren dat de bovengenoemde New Work Order steunt op vier pijlers:

- Technologie: dankzij de uitbreiding van de virtuele communicatiemogelijkheden is de toegang tot allerlei informatie een stuk gemakkelijker geworden. Niet voor niets wordt de Generatie-Y ook wel de Google-generatie genoemd. De wereldwijde contacten maken de concurrentie steeds sneller en feller. Als collega's met elkaar communiceren via social media (bijvoorbeeld microblogging of Activity streams) worden de processen transparanter en de samenwerking efficiënter.
- Maatschappij: dankzij de social media kunnen de zogeheten digital natives (screenagers) toch nauw contact hebben met collega's, iets wat met het virtueel werken voorheen niet mogelijk was. Gemeenschappelijke belangen zorgen voor contacten zonder onderscheid in leeftijd of specialisatie, en dit is van groot belang in verband met de oprukkende vergrijzing en



het groeiend tekort aan vakkundig personeel. Werk en privé raken steeds meer verstrengeld.

- Economie: de kostendruk op de internationale markten stijgt. Locaties moeten zich gaan onderscheiden op basis van het aanbod aan personeel en marktpotentieel. Als gevolg van efficiëntie-maatregelen worden de vierkante meters voor de kantoorruimte in snel tempo verminderd, en in veel organisaties wordt een kantoor voor één persoon beschouwd als een buitensporige luxe. Kenniswerkers gaan mobiel projectmatig werken en hebben een hoge mate van autonomie en verantwoordelijkheid.
- Cultuur: oud tegenover jong, mondiaal tegenover lokaal, werk- tegenover vrije tijd, flexibiliteit tegenover loyaliteit, hiërarchie tegenover netwerk, het succes van de ommekeer hangt af van de manier waarop

werkgevers en werknemers deze contrasten kunnen combineren.

Eigen doeleinden

Natuurlijk is het aan elke organisatie zelf om de social media tussen de werknemers onderling en de belanghebbende partijen (klanten, toeleveranciers, enzovoort) te gebruiken voor zijn eigen doeleinden. Het is echter wel raadzaam om het uit te proberen: de werknemers gebruiken het immers ook allang. Tenminste: de vaak jongere werknemers, de digital natives. Het is dan een logische stap om de jongeren de 'ouderen' te laten helpen met het gebruik van de social media. Inderdaad, dit is ook een cultuurverandering: de ouderen maken, als vanouds, de jongeren wegwijz in de zakelijke en bedrijfsprocessen, maar de jongeren helpen op hun beurt de ouderen met de nieuwe communicatiemiddelen.

De organisatie kan dus beter toestaan dat de medewerkers de social media gebruiken in hun werk. Het spreekt echter vanzelf dat daar ook enkele voorwaarden, dan wel richtlijnen voor worden opgesteld. Niet voor niets heeft menige organisatie de toegang tot bijvoorbeeld Facebook via de zakelijke pc's al geblokkeerd. Maar ja, dan is er altijd nog het eigen apparaat (Bring Your Own Device), en wat je in je vrije tijd doet is je eigen verantwoordelijkheid. Maar de organisatie kan wel sancties instellen op negatieve publiciteit over de organisatie, de collega's of de leidinggevenden. Vaak wordt nog steeds onderschat hoeveel schade een 'disgruntled employee' kan aanrichten aan de reputatie van een organisatie. Communicatie is een mooi gegeven en je kunt er beslist je (zakelijk) voordeel mee doen, maar het kan ook tegen je werken. ■

Negen slimme tips voor je thuiswerkdag

Je efficiëntie en productiviteit verhogen en geld besparen. Het zijn slechts enkele voordelen van Het Nieuwe Werken. We raken steeds meer overtuigd van de voordelen van deze moderne werkstijl. Thuiswerken levert immers positieve resultaten op: geen tijdverspilling in de files, hogere productiviteit en een betere balans tussen werk en privé.

Toch zijn er ook knelpunten voor thuiswerkers, want de grens tussen privé en werk is heel vaag. Met deze negen tips van professional organizer en coach Sara Van Wesenbeeck van Plus Organizing kun je efficiënt en prettig thuiswerken. En bovenal: van thuiswerken op alle vlakken en voor iedereen een succes maken.

Maak een duidelijke scheiding tussen privé en werk

Dé grote valkuil bij het thuiswerken, is dat de grens tussen privé en werk vervaagt. Je gaat de gewonnen filetijd invullen met huishoudelijke taken of met een bezoek aan de dokter of met een bood-

schap. Wie thuis werkt, moet de grens tussen privé en werk goed bewaken, anders kan je productiviteit dalen, of moet je 's avonds langer doorwerken om je werk gedaan te krijgen, en dat kan niet de bedoeling zijn. Zorg ook dat je werk niet verstoord wordt door privé zaken, en omgekeerd.

Maak een goede planning en volg een strak werkschema

Goed plannen en een strak werkschema volgen, is de boodschap. De verleidingen voor wie thuis werkt, zijn immers groter dan voor wie op kantoor werkt: er zijn geen collega's, er is geen 'controle'. Dus: maak een goede planning en probeer je daaraan te houden. Zo kun je ook vermijden dat je (systematisch) overuren zit te maken, wat ook niet de bedoeling is van thuiswerken.

Laat je pyjama in de kast

Kleed je alsof je naar kantoor gaat. Dat maakt mentaal een heel verschil: zo maak je makkelijker de mentale klik tussen thuis en werk. Dus: wie thuis werkt, laat zijn pyjama in de kast.

Creëer een prettige werkplek

Creëer een prettige en inspirerende werkplek. Zorg dat je je er goed voelt en dat je er graag bent. Wie zich goed voelt in zijn thuishkantoor, heeft ook minder redenen om die werkplek te verlaten en afleidings te gaan zoeken elders in huis. Bij voorkeur heb je een ruimte die je exclusief voor het werk reserveert. Richt je werkplek ook in zoals een echt kantoor, met een stevig bureau, een comfortabele





bureaustoel, goede verlichting, een up-to-date uitrusting.

Houd alle bureauspullen binnen handbereik

Deze tip is op elke werkplek van toepassing, maar in het bijzonder voor thuiswerkers. Wat een tijdverlies of afleiding als je de nietmachine tussen het speelgoed van je kinderen moet gaan zoeken, of steeds

je bureau moet verlaten als de telefoon gaat. Dus: zorg voor een nette werkplek waar je alle bureauspullen binnen handbereik hebt.

Maak goede en duidelijke afspraken met eventuele huisgenoten

Maak afspraken over je werktijden: hoe lang werk je? Wanneer neem je pauze?

Wat je nodig hebt om goed te kunnen werken: mogen je huisgenoten je storen? Wanneer mogen ze storen?

Vraag ook aan je huisgenoten om die afspraken te respecteren. Uiteraard kun je pauze nemen samen met je huisgenoten, of samen met hen eten; daar heeft iedereen wat aan en voor jou is het een leuke onderbreking van het werk.

Maak goede afspraken met familie en vrienden

De verleiding is groot voor familie of vrienden om even bij je langs te komen 'omdat je toch thuis bent'. Dat zijn afleidingen die je moet vermijden, want het knabbelt aan je werktijd en voor je het weet zit jij nog te werken terwijl de anderen allang hun werkdag beëindigd hebben. Trek vanaf het begin grenzen en maak goede afspraken met je omgeving. En zit tijdens de kantooruren zelf ook niet met vrienden of vriendinnen te bellen of te sms'en.

Houd je aan de routine van kantoor

Werk thuis zoals je op kantoor werkt: volg de dagindeling van kantoor. Je werkt, neemt pauze, werkt weer verder, gaat lunchen. Je zult zien dat je op die manier thuis heel wat werk kunt verzetten en heel productief zult zijn. Het leuke aan thuiswerk is dat je tijdens je pauzes even de krant kunt lezen of de planten water kunt geven of een ommetje in de tuin kunt maken. ■

Bron: Management Support

BUSINESS FLITSEN

ASPECT | ICT IS DEALER VAN CAS CRM

Aspect | ICT, een middelgrote ICT-dienstverlener gevestigd in Hardinxveld-Giessendam, is begin van dit jaar dealer geworden van CAS CRM. Daarmee heeft de Duitse marktleider voor CRM software in het MKB haar tweede verkooppunt in Nederland.

CAS is in ons land een onbekende naam, maar in Duitsland zeker niet. Ze staan daar in de top-3 van meest gebruikte CRM applicaties en zijn voor het MKB zelfs de absolute marktleider. Dat

succes willen ze nu gaan kopiëren naar de Nederlandse markt. Op voorhand geen eenvoudige opgave, want er zijn in Nederland al veel aanbieders van CRM software actief.

Volgens Leen Rietveld, één van de directeurs van Aspect | ICT, heeft dat feit nauwelijks een rol gespeeld bij de beslissing: "Toen we de applicatie zagen met de prijzen in het achterhoofd werden we meteen heel enthousiast. CAS CRM biedt heel veel value-for-money. De oplossing waar het om gaat heet CAS genesisWorld; het is een xRM platform met ingebouwde functionaliteit voor het inrichten van portalen, social CRM

en ondersteuning voor alle mobiele platforms. En verder natuurlijk alles wat je van een moderne CRM applicatie verwacht. En meer..."

De verwachting is dat Aspect | ICT een waardevolle bijdrage kan leveren aan het succes van CAS CRM in Nederland.

Informatie:

www.aspect-ict.nl

www.cas-crm.com/nl



OPROEP TOT REGIONALE AANPAK CRIMINALITEIT

Kamer van Koophandel Midden-Nederland heeft onderzoek verricht naar de criminaliteitscijfers van bedrijven in Tiel en Culemborg en constateert dat bedrijven relatief vaak geconfronteerd zijn met criminaliteit. Op de A15, een belangrijke transportcorridor tussen de Rotterdamse haven en Duitsland, slaan criminelen hun slag op de par-

keerplaatsen wanneer de chauffeurs een pauze nemen. De KvK onderzocht ook in hoeverre de snelwegen in Rivierenland daadwerkelijk problemen kennen met ladingdiefstallen. Dit aantal ladingdiefstallen blijkt lager te liggen dan de landelijke cijfers, maar in vergelijking tot voorgaande jaren is er in de regio sprake van een stijgende lijn. Verder hebben tankstations en wegrestaurants te maken met andere vormen van criminaliteit, zoals tanken zonder betalen, winkeldiefstal en vernie-

ling. Een manier om de criminaliteit terug te dringen is collectieve beveiliging via kentekenregistratie. Een regionale aanpak, waarbij politie, overheden en ondernemers samenwerken, heeft de voorkeur. Dit voorkomt verplaatsing van criminele activiteiten. Verder blijken de cijfers van de politie niet overeen te stemmen met de werkelijkheid. Het doen van aangifte blijft achter en kan dus worden vergroot. De politie zegt toe hierop actie te ondernemen.



ZOUT & PEPER CATERING OPENT NIEUWE VESTIGING IN BEESD

Zout & Peper Catering opende onlangs haar nieuwe vestiging in het bedrijfspand van Toon van den Heuvel Evenementen. Onder leiding van eigenaar Marcel Melsen verzorgt Zout & Peper Catering al sinds 2005 particuliere en zakelijke evenementen en partijen in regio Druten. Daar komt nu regio

Betuwe bij. Van catering tot aankleding, van showkoks tot gastvrouwen, Zout & Peper Catering heeft het allemaal in huis.

Al 2,5 jaar is het bedrijf van Melsen actief in en rondom Beesd vanuit het bedrijfspand in Druten. Sinds 1 oktober 2012 is bedrijfsleider Wout Cobussen actief in Beesd. In februari is hij samen met de voormalig chef-kok van landgoed de Korenmolen Thomas Karsten het filiaal in Beesd opgestart.

Informatie: www.zoutenpepercatering.nl

"Office 365, altijd up-to-date
ICT-gereedschap zonder
grote investeringen."

www.aspect-ict.nl

ASPECT | ICT

www.aspect-ict.nl

Nieuw risico in werk: technostress

Uit een eerste verkenning van de FNV en de Universiteit van Amsterdam blijkt dat werknemers steeds meer hinder ondervinden van technostress. De druk op werknemers om altijd bereikbaar te zijn zorgt steeds vaker voor fysieke en psycho-sociale klachten. De FNV vindt dat de mens weer de regie moet krijgen over de techniek, in plaats van andersom.

De UvA deed literatuuronderzoek naar technostress en de FNV stelde de leden vragen op internet. Hoewel het hier om een eerste verkenning gaat, zijn de uitkomsten wat de FNV betreft opmerkelijk.

Er is een groeiende groep werkenden die het online apparaat (smartphone, iPad of laptop) ook buiten werktijd frequent checkt op berichten van het werk. Uit de peiling blijkt dat meer dan twintig procent dat meer dan zes keer per dag doet. Een kwart van de respondenten gebruikt de mobiele apparatuur meer dan zes keer per uur.

Complexer en intensiever

Zo'n 33 procent van de werknemers geeft aan dat het werk er door mobiele apparatuur niet gemakkelijker op is geworden. Integendeel, één op de drie werknemers vindt dat het werk complexer en intensiever is geworden met de komst van mobieltjes. Iets dat ook uit de literatuurstudie blijkt. Werknemers geven in meerderheid (bijna zestig procent) aan dat er afspraken moeten worden gemaakt in het bedrijf over het versturen van werkgerelateerde berichten buiten werktijd. Volgens de FNV is er een duidelijke behoefte om 'de eigen tijd' van 'werktijd' te onderscheiden.

Concentratieverlies

"Het is namelijk de vraag of de voortdurende verstoring door mobieltjes de productiviteit ten goede komt. Je moet iedere keer opnieuw opstarten en 'terugschakelen' naar hetgeen je aan het doen was", aldus vice-voorzitter van FNV in Beweging, Leo Hartveld.

Ook blijkt dat de laptop terrein verliest en steeds meer handelingen op de telefoon worden gedaan, misschien wel overmatig. Voortdurend werken op deze kleine apparatuur geeft



nieuwe gezondheidsrisico's, waaronder een vergrote kans op RSI-achtige klachten en concentratieverlies. Hartveld: "Het lijkt erop alsof steeds meer werknemers de hele klok rond worden geconfronteerd met meldingen uit iPads, iPhones en andere smartphones. Zij voelen een constante druk om hierop te reageren. Vaak betreft het werkmails, vragen van collega's, opdrachten, doorgeven van vergaderdata, enz. De kans bestaat dat werknemers deze druk als 'dat hoort er nou eenmaal bij' gaan ervaren en daar kun je je vraagtekens bij zetten."

Mens moet weer de regie krijgen over de techniek

De FNV zal de uitkomsten voorleggen aan deskundigen en wil een discussie zoals die in Duitsland al aan de gang is. "Daar verbieden bedrijven rond de kerst om berichten te verzenden vanuit het werk. Het was de Duitse minister van binnenlandse zaken die stelde dat de mens weer de regie moet krijgen over de techniek, in plaats van andersom. Dat wil de FNV ook." ■

Rivierenland Business introduceert BoB Rivierenland

'Bij ons draait het om echte contacten'

FOTOGRAFIE KARIM DE GROOT

Tijdens het forum 'Kansen voor 2013' werd Business ontmoet Business (BoB) geïntroduceerd. Hiermee hebben alle businessbladen van Van Munster Media (Rivierenland Business, Vallei Business, Oost-Gelderland Business, Noord-Limburg Business en Midden-Limburg Business) voortaan hun eigen ondernemersplatform. Hoog tijd dus voor een gesprek met het gezicht van BoB, Danny Toonen.

Wat is BoB?

"BoB staat voor Business ontmoet Business. Het uitgangspunt van BoB is ondernemers een platform te bieden om op informele wijze in contact te treden met collega-ondernemers."

Wat is er anders aan BoB dan de gemiddelde businessclub?

"Businessclubs zijn vaak gelieerd aan een sportclub, bedrijvenkring of een bepaalde gemeente. Wij opereren onafhankelijk.

Wat krijg je als BoB lid?

- Bij een bedrijfslidmaatschap:
- Ben je welkom op alle BoB (Borrels) en andere BoB evenementen (na een eenmalige kennismaking is lidmaatschap verplicht).
 - Kun je bovendien elke BoB Borrel met maximaal 3 collega's bezoeken.
 - Word je persoonlijk ontvangen met een feestelijk welkomstdrankje.
 - Verrast de locatie je elke keer met culinaire hoogstandjes.
 - Ontvang je zes maal per jaar het zakenmagazine Rivierenland Business.
 - Krijg je een bedrijfsprofiel op onze website.
 - Kun je nieuwsberichten plaatsen op onze website.



Ons gebied is bovendien heel groot, doordat meerdere gemeenten binnen onze grenzen vallen. Zo richten we ons in de regio Rivierenland bijvoorbeeld niet alleen op Tiel, maar op alle gemeenten van Druten tot Gorinchem. Kortom alles wat binnen Rivierenland valt. Een toevoeging is ook dat je in iedere editie van ons businessmagazine kunt terugblikken op de bijeenkomsten. Of juist kunt vooruitblikken op waar de volgende BoB bijeenkomst is. Alle BoB-leden kunnen een bedrijfsprofiel aanmaken op onze website. Momenteel dient dit nog aangeleverd te worden, maar op korte termijn lanceren wij onze nieuwe websites en kunnen de leden zelf hun profiel online zetten."



Danny Toonen,
het gezicht van BoB.



Voor wie is BoB bedoeld?

“Iedereen die een bedrijf vertegenwoordigt, is welkom bij ons. Of je nu een driedelig kostuum draagt of een jeans. Belangrijk is wel dat het bij ons draait om de echte contacten. Hier doen we geen wedstrijden wie de meeste kaartjes in een zo kort mogelijke tijd verzamelt. Juist de persoonlijke contacten, de verhalen die mensen te vertellen hebben en het uitwisselen van ervaringen is bij ons van wezenlijk belang. Oftewel: ondernemers ontmoeten ondernemers!”

Zijn alle branches welkom?

“BoB is er voor een hele brede doelgroep. Van de kleine zelfstandige tot het grote industriële bedrijf. Die laatste groep blijkt in de praktijk vaak lastig te bereiken voor netwerkbijeenkomsten.

Maar doordat wij speciale masterclasses voor directieleden organiseren, willen we laten zien dat ook voor deze groep een BoB-lidmaatschap zeer interessant kan zijn.”

Maar als ik wil netwerken, kan ik hiervoor toch ook gewoon social media inzetten?

“Natuurlijk kun je ook actief zijn op social media om je netwerk uit te breiden, alleen is het nog beter wanneer je dit combineert met face-to-face ontmoetingen, zoals op een BoB-bijeenkomst. Wanneer je elkaar kent, gun je iemand iets eerder. Persoonlijk contact is altijd al het beste ‘zakelijke’ contact geweest, juist in deze tijd is persoonlijk contact belangrijker dan ooit.”

Als ik lid van BoB word, wat krijg ik dan allemaal?

“Elk bedrijf dat lid is van BoB, kan vier keer per jaar onze BoB Borrels bezoeken en mag bovendien maximaal drie collega’s meenemen. Daarnaast zijn onze BoB-leden welkom op de autotestdagen en forums van de businessbladen. Bij voldoende belangstelling worden er masterclasses, golfdagen en workshops georganiseerd, waaraan kan worden deelgenomen. Zoals eerder genoemd krijgt iedereen die lid wordt van BoB, een bedrijfsprofiel op de website van ons businessmagazine in de desbetreffende regio. Ook in print wordt er door middel van onze businessbladen ruim aandacht aan besteed. Als extra ondersteuning (naast onze website) van BoB zetten wij social media in als Twitter en LinkedIn.”

Wat gaat me dit dan kosten?

“Iedereen krijgt de gelegenheid om eenmalig en vrijblijvend een BoB-bijeenkomst te bezoeken. Daarna is lidmaatschap verplicht, de kosten zijn € 250,- per jaar. Hiervoor is standaard bij elke bijeenkomst een welkomstdrankje en de culinaire invulling inbegrepen. De rest van de drankjes zijn tegen een gereduceerd tarief verkrijgbaar.” ■

Waar kan ik me inschrijven?

Via de site www.rivierenlandbusiness.nl of door een mail te sturen naar: danny@vanmunstermedia.nl

De Oude Betuwe

Niets moet, alles mag

Na het vertrek van restaurant Kok & de Bruin was het een tijdje stil aan de Kerkstraat 19 in Tricht. Sinds september 2012 is in het pand echter weer een nieuw restaurant gevestigd, 'De Oude Betuwe', dat gerund wordt door jonge enthousiaste mensen. Tijd voor Rivierenland Business om er een kijkje te nemen.

Het dorpje Tricht is via een mooie route langs de rivier De Linde te bereiken. De Oude Betuwe is gevestigd in een historisch pand uit het jaar 1850. We worden hartelijk verwelkomd door restaurantmanager Ananda Davidson Descelles.

Wie eenmaal het restaurant binnen stapt, valt meteen de hypermoderne bar met paarse verlichting op. Voordat we aan tafel gaan, besluiten we eerst aan deze bar plaats te nemen. Hier worden we opgevangen door eigenaar en chef-kok Rob Selten (25), die bevlogen over de oorsprong van restaurant De Oude Betuwe vertelt. "De naam De Oude Betuwe klinkt veel mensen uit de regio ongetwijfeld bekend in de oren", licht hij desgevraagd toe. "In het verleden was er op dezelfde plek namelijk een restaurant met dezelfde naam gevestigd. De eigenaar van de vorige De Oude Betuwe heeft restaurant Appels & Peren in onder andere



Rob Selten, eigenaar van De Oude Betuwe

Smaak

De regio Rivierenland herbergt diverse culinaire parels. In de rubriek Smaak wordt iedere editie één van deze restaurants door een recensent van Rivierenland Business belicht.

Nijmegen. Hier heb ik een tijdje gewerkt als kok. Hij bracht mij op het idee om dit pand te kopen."

Diverse prijsklassen

Rob vertelt ons over zijn afgeronde opleiding bij de Cas Spijkers academie, maar ook over de werkervaring die hij heeft opgedaan bij Appels & Peren, Chalet Brakkestein en de Plantage in Veenendaal en Ede. "Het allerbelangrijkste aan mijn restaurant vind ik dat iedereen hier lekker kan eten. Je moet hier terecht kunnen voor een zakelijk diner, maar ook voor een etentje met je familie. Er staat dan ook van alles op de kaart, variërend in diverse prijsklassen. Je kunt hier bijvoorbeeld een stoofgerecht eten, maar ook verse oesters."

Fusion

Het is tijd om aan tafel te gaan. Alle tafels zijn bezet en veel gasten blijken te kiezen voor de aanbieding waarbij vier personen gebruik maken van het suprisemenu, terwijl er maar voor twee personen betaald hoeft te worden. Ook wij kiezen hiervoor. Terwijl we plaatsnemen aan een ronde tafel die gerieflijk bij de open haard staat, volgen er twee amuses. De bouillon van





Garnalen koekjes

250 gram gepelde rauwe garnalen
 4 teentje(s) knoflook (fijngesneden)
 2 witte boterhammen
 2,5 centimeter gember (fijngesneden)
 1 groene peper (fijngesneden)
 1 ei
 1 eetlepel(s) verse koriander
 1 theelepel(s) zout

Verwarm de oven voor op 200°C

Leg de witte boterhammen in een schaal en laat deze weken in wat water. (ca.10 seconde).

Krijp het brood goed uit en doe het in de keukenmachine met de garnalen, gember, peper, de knoflook zout en een ei. Pureer het geheel tot een fijne massa. Maak van dit mengsel koekjes (van +- 1 cm dik) Zorg dat je, je handen bestuift met bloem tegen het plakken. Smeer de pan in met klein beetje boter en een kwastje (niet te dik). Leg de koekjes in de pan en bak ze op laag vuur langzaam gaar. Zorg dat ze aan allebei de kanten goud bruin zijn.

Deze koekjes zijn er lekker met een klein beetje chili mayonaise of als garnering op een frisse salade.



prei met een schuim van Parmezaanse kaas, is een eigenzinnige start. De volgende amuse, dungsnesneden coquille st Jacques met gekonfijte black tiger garnaal en een saffraanmayonaise vormt een mooie brug naar het menu, waarin de Franse keuken af en toe gemixt wordt met fusioninvloeden. Het menu wordt succesvol afgetrapt met huisgemaakte tortellini gevuld met zachte geitenkaas en Trichtse honing met een saus van huisgemaakte rucolapesto. De tussengerechten brengen ons een bisque van kreeft, vol en romig met citrus-tonen en een wildebouillon verrijkt met fijne groentes en soepvlees.

Perfekte gastvrouw

Ananda blijkt de perfecte gastvrouw en heeft de mentaliteit van 'niets moet, alles mag.' Hierdoor voel je je al snel op je gemak. Op de keuzes van de wijnen valt niets af te dingen. Helder rode wijnen

met gerijpte aroma's, sappige rose's en lichte witte wijnen omlijsten de gerechten. Krokant gebakken en aandachtig ge-gaarde rundersucade geserveerd met aardappelmouseline en gestoofde knolselderij, groene asperges en een truffeljus vormen het hoofdgerecht.

In restaurant De Oude Betuwe wordt veel met leerlingen gewerkt, zowel bij de zwarte als witte brigade. Ook bij deze mensen spat het enthousiasme er vanaf. Er zijn wat ons betreft dan ook maar een paar hele kleine puntjes, die nog op de i gezet hoeven te worden. Sommige van de geserveerde gerechten hadden wellicht iets kleiner gekund. Zo was de hoeveelheid ingeschonken bouillon wat aan de ruime kant, evenals de flinke portie rundersucade. Het nagerecht, warme appeltaart met caramelsaus, kaneel en geslagen room, was wellicht daardoor een ietwat machtige afsluiter. Maar een kniesoor die daar over valt.

Persoonlijk contact

Terugkijkend op de avond komen wij tot de conclusie dat wij één en al lof zijn over het enthousiasme waarmee er gekookt en geserveerd wordt. Rob laat zien dat persoonlijke contact met zijn gasten boven alles gaat. Zo gaat hij, wanneer mensen klaar zijn met dineren, elk tafeltje even persoonlijk langs om de ervaringen van de gasten te inventariseren. Noem het 'jonge honden gedrag', maar wij vermoeden dat Rob over twintig jaar nog net zo gepassioneerd vertelt over zijn vak. ■

De Oude Betuwe - Kerkstraat 19
4196 AA Tricht - 0345-570251
info@deoudebetuwe.nl
www.deoudebetuwe.nl

RAAR!



Hoofdredacteur Rivierenland Business **Jessica Scheffer (36)**

Dat ik altijd in de verkeerde rij sta bij kassa **Partners die dezelfde fiets, jas en rugzak hebben** Jezelf 'entrepreneur' noemen, terwijl je eigenlijk de hele dag niks doet Dat Gert Samson in de steek liet voor Karen én Josje van K3 **Obers in een restaurant die vragen of het lekker gesmaakt heeft, maar het antwoord niet afwachten De wc-deur op slot doen, terwijl er niemand anders in huis is** Mensen die op Twitter een foto van hun gebakken ei plaatsen **Dat de scheiding van Rafael en Sylvie van der Vaart zelfs het NOS-journaal haalde** Te dikke diëtistes



Accountmanager Rivierenland Business **Angela Kuijpers (27)**

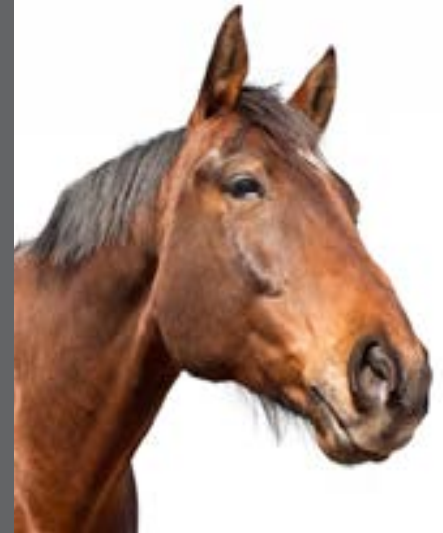
Obers die aan mij vragen of ik dieetwensen heb, 'Ja natuurlijk heb ik die, maar ik ben nu eenmaal een echte Bourgondiër' Dat er mensen zijn die sokken in sandalen dragen **Personen die zeggen failliet te zijn, maar met oud en nieuw voor kapitalen de lucht in schieten** Als je goed kunt zien dat je naar de kapper bent geweest en mensen aan je vragen: 'Ben je naar de kapper geweest?' Ouders die aan kinderen vragen of ze met mes en vork kunnen eten. Natuurlijk kunnen ze dit, maar daar moeten ze wel zin in hebben Dat er mensen zijn die in de file in hun neus peuteren Als je je abonnement wil opzeggen voor televisie, internet of bellen, krijg je flinke korting. Bel je niet, dan krijg je niets **Dat het Bel me niet Register niet werkt** Schoolpleinmoeders die zeggen het reuze druk te hebben, maar vervolgens drie kwartier voordat de bel gaat op het schoolplein staan

STEAKHOUSE SERVEERT PAARD VOOR BIEFSTUK

Een steakhouse aan de Noorderstraat in Amsterdam, al sinds de jaren veertig beroemd om zijn biefstuk, schotelt zijn onwetende klanten al jaren paard voor. Het Parool liet het vlees van het restaurant onderzoeken door een slager, een meesterkok en in een dna-laboratorium, en hieruit bleek onomstotelijk dat het geen runder- maar paardenbiefstuk betrof.

De eigenaar van het restaurant in de Noorderstraat bezweert er niets van te begrijpen. “Wij kopen Zuid-Amerikaans rundvlees in, ik weet niet anders dan dat het rund is. We hebben een naam en een reputatie hoog te houden. Wellicht is er bij een levering een stuk paard doorheen geglipt, of is er iets misgegaan bij de leverancier.”

De leverancier, die levert aan meer dan 300 Amsterdamse restaurants, laat echter weten dat het restaurant “misschien al wel 10 jaar” wekelijks dozen vol paard bij hem bestelt. “Wij leveren gewoon waar de klant om vraagt. Er staat nota bene een plaatje van een paard op iedere verpakking!”



EEN OP DE VIJF DOET DUTJE OP HET WERK

Een op de vijf werknemers heeft weleens een dutje gedaan op het werk. Ook ander gênant gedrag, zoals een mail met roddels naar een verkeerde ontvanger sturen, overkwam al 19 procent van de werknemers.

Dat blijkt uit onderzoek van de Nederlandse vacaturesite NationaleVacaturebank naar schaamte op het werk, waar ruim 1.000 respondenten aan deelnamen. Het meest gênante wat werknemers op de werkvloer al overkwam volgens de studie is per ongeluk een boer of wind laten.

Ook van plaatsvervangende schaamte voor collega's hebben werknemers soms last. Meer dan de helft (54 procent) van de ondervraagden gaf aan dat ze zich het meest generen wanneer de baas in het openbaar een collega een standje geeft. Daarnaast schamen werknemers zich ook voor hun collega's wanneer ze zich laten gaan op het bedrijfsfeest (25 procent), openlijk flirten met klanten (11 procent) of te blote kledij dragen (9 procent). (Bron: *Managersonline.nl*)

GASTEN PLUNDEREN HOTELS LEEG

Spotgoedkope aanbiedingen om weekendjes of midweken in een hotel door te brengen, levert een categorie gasten op die de logiesbedrijven leegplunderen, zo staat in De Telegraaf van 11 februari. Handdoeken, badjassen, föhns, asbakken, bestek en spaarlampen zijn niet veilig voor de grijpgrage vingers van koopjesjagers.

Grote hotelketens hebben geen cijfers bekend gemaakt, maar volgens Frans Hazen, sectorvoorzitter hotels van Koninklijke Horeca Nederland, loopt de schade in de miljoenen. Een oplossing is om zogenoemde RFID-chips te gebruiken, waarbij het alarm afgaat als een gast met gestolen spullen de deur uitloopt.

BORREL MET MUFFINS: IEDEREEN STONED

Een onvergetelijke indruk achterlaten als je afscheid neemt van je werk is natuurlijk nooit verkeerd. Zelfgebakken muffins zijn dan meestal ook een pré. Maar dat is niet het geval als er marihuana in de cakejes zit. Een 42-jarige Australische vrouw was daar niet van op de hoogte. Zij nam een bakje space-muffins mee en na een tijdje was iedereen op de borrel knetterstoned. Niet iedereen vond dat even leuk: een vrouw raakte bewusteloos en werd naar het ziekenhuis gebracht. De vrouw van de muffins kon niet worden ontslagen omdat ze al afscheid nam. Ze wordt wel vervolgd voor drugsbezit.

(*Bron: *Nos.nl*)



Enkele standhouders Fenexpo stellen zich voor

Vorig jaar waren er zo'n 255 bedrijven vertegenwoordigd op de beursvloer van Fenexpo in Gorinchem en werden er zo'n zeventuizend bezoekers geteld. Drie standhouders stellen zich alvast voor aan u.

Biesbosch Adventures

Bent u op zoek naar het ultieme bedrijfsuitje, teambuilding of relatie-dag? Kom dan langs op onze stand tijdens Fenexpo. Biesbosch Adventures heeft voor u een unieke invulling van uw evenement in de prachtige natuur van de Biesbosch. Ga 'Back to Basic' met uw vrienden, rook zelf paling en bak riviervis. Met onze RIB 'knallen' op het open water of langzaam varend genieten met een drankje en de rust in het natuurgebied. Kies dit jaar voor Biesbosch Adventures! Voor gezelschappen vanaf 10 personen.



Kop Beveiliging

Wij zijn een Technisch Beveiligingsbedrijf waar kwaliteit en service al 30 jaar hoog in het vaandel staat en wij zijn mede door de centrale ligging uitstekend in staat het advies, de installatie, service en onderhoud van al uw beveiligingssystemen te verzorgen. Kop Beveiliging is specialist en breed gecertificeerd op het

gebied van: Inbraakbeveiliging, brandbeveiliging, camerasystemen, toegangscontrole, kluisen

Wij zijn ook dit jaar weer aanwezig op de Fenexpo en laten onze beveiligingsoplossingen en producten zien. Tevens presenteren wij u de nieuwste technieken op het gebied van veiligheid.



Pellegrom telecom bv

Pellegrom telecom bv (www.pellegrom.com) is een bedrijf dat zich sinds 1984 bezig houdt met het aanleggen en onderhouden van bedrijfs-telefoonsystemen. Daarnaast zijn we de beheerder van het VoIP-platform zodat we ook zelf telefoonnummers en telefoonlijnen kunnen leveren tegen zeer scherpe tarieven. Bestaande telefoonnummers van KPN of andere

providers kunnen we overnemen. www.voipplatform.nl. Het is ook mogelijk nummers van andere vestigingen op de telefooncentrale aan te sluiten. De abonnementskosten liggen minimaal 50% onder de tarieven van KPN en op de gesprekskosten lopen de kortingen op tot wel 70%. Daarnaast leveren we ook GSM abonnementen met toestellen.



Drie commerciële topdagen voor ondernemers

Al meer dan honderd ondernemers hebben zich aangemeld voor de Fenexpo Businessdagen in de Evenementenhal Gorinchem. De zesde editie van de Fenexpo start dinsdag 23 april om 15.00 uur. Tijdens drie commerciële topdagen maken ondernemers uit een grote regio rond Gorinchem tijd vrij om zich als bedrijf te presenteren en nieuwe contacten op te doen. "Dat blijft het belangrijkste", zegt organisator Henk Fennema.

"Natuurlijk is zo'n beurs ook gezellig, maar die gezelligheid moet vooral leiden tot meer", vervolgt Fennema. "Er is genoeg aan de hand in ons land. Het komt



'Creatief ondernemen en nieuwe contacten. Daar gaat het om in 2013'

nu aan op creatief ondernemen en nieuwe contacten en daar is deze beurs uitstekend voor geschikt. Bedrijven kunnen al deelnemen vanaf € 870,- en dan maken zijn gebruik van het volledige full-service concept."

Ontmoetingen

Een grote groep ondernemers kent volgens hem de meerwaarde van de ontmoetingen in de Evenementenhal. Sommigen hebben al zo lang de beurs bestaat een eigen stand. "Maar ook onder de nieuwkomers van 2012 zijn er die geen moment twijfelden over de vraag of ze er dit jaar weer bij zijn."

Als voorbeeld noemt hij Kortpack uit Hardinxveld-Giessendam. De groothandel in verpakkingsmaterialen twijfelde over deelname maar hield naar eigen zeggen tientallen klanten over aan de beursdeelname. "Die ondernemer had ook goed begrepen hoe hij mensen moest benaderen. Ik heb daarop gelet want ze stonden tegenover ons plein. Maak een praatje, wissel gegevens uit en spreek el-

kaar later nog eens. Het klinkt simpel, maar het werkt wel."

Open-Coffee

De Fenexpo 2013 krijgt waarschijnlijk één groot 'open-coffee moment', aangezien veel ondernemers in hun eigen regio maandelijkse ontmoetingen hebben bij een kopje koffie. "De eerste reacties van deze afzonderlijke netwerkgroepen om elkaar te ontmoeten, zijn enthousiast", aldus Fennema. ■

Fenexpo Businessdagen, Evenementenhal Gorinchem – 23 t/m 25 april (15-22 uur). Info: www.fenexpo.nl.

FENEXPO
Netwerken en zakendoen!

FENXPO
Netwerken en zakendoen!

23, 24 & 25 APRIL 2013
15.00 - 22.00 UUR
EVENEMENTENHAL GORINCHEM

STANDS VANAF € 870,-!

Creativiteit en nieuwe contacten. Gaat u de uitdaging aan in 2013?

De 6^e editie van de Fenexpo staat alweer voor de deur. Het evenement is inmiddels uitgegroeid tot een bekende en vooral succesvolle business-tot-business beurs waaraan de laatste keer **255 bedrijven** deelnemen.

Onze uitstekende full-serviceformule heeft zich meer dan bewezen. U krijgt als standhouder de kans om uw bedrijf gedurende **drie commerciële topdagen** bij ruim **7000 bezoekers** onder de aandacht te brengen. Wij zorgen voor een perfecte ontvangst van de bezoekers en u heeft

persoonlijke bediening op uw stand. U kunt dus naar hartenlust contacten leggen en netwerken.

Het succes van uw deelname begint al aan de basis: de zeer gunstige prijs voor de standhuur. Voor een stand van 8m² betaalt u slechts € 870,- voor drie dagen incl. full-service concept.

Heeft u interesse in deelname of heeft u vragen, bel 0183 - 820 230 of mail naar info@fenexpo.nl.

WWW.FENEXPO.NL

FENEXPO bv - Papland 5c - 4208 CK Gorinchem

TE HUUR

van der Horst
Bedrijfsmakelaardij
De specialist in commercieel vastgoed

J.S. de Jongplein 5, Tiel

Zeer mooi afgewerkt "Turn-key office" (2.000 m²) in zeer hoogwaardig en recent gebouwd kantorengebouw.

De ruimte bestaat uit 10 kantoor-/vergaderruimtes, toiletgroep, 2 pantry's, loggia en mooi dakterras met uitzicht over de stad Tiel. Het betreft de 2de etage in het gebouw, welke af geheel geluidsdicht is met glazen scheidingswanden, systeemklimaat, klimaatbeheersing, verlichting, ledelampen, alarm etc. Het NS-station en Rijksweg A18 liggen op gunstige afstand, parkeergelegenheid op eigen terrein.

Van der Horst Bedrijfsmakelaardij en Vastgoedbeheer
Herman Kuykstraat 28, 4191 AK Geldermalsen
T: 0345-652113
I: www.vanderhorstmakelaardij.nl
F: www.facebook.com/VanderHorstMakelaardij

van der Horst
Bedrijfsmakelaardij
De specialist in commercieel vastgoed

Klikken.

COMPLEET VERNIEUWDE WEBSHOP
www.giessen.nl
Bestellen waarmee het is uitkomst!

Een online winkel waarmee u, in combinatie met onze showrooms, nog beter geholpen wordt. Van pakkende acties tot en met informatie over de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van kantorefficiëntie. Met een eenvoudige bediening en een groter assortiment.

Ervaar LIVE het gemak door verder te klikken!

www.giessen.nl

De Giessen. Duidelijke taal.

DE GIESSEN | Kantorefficiëntie
Tel. (0184) 67 34 30 - www.giessen.nl

Met Standbouw Prins Design een onbezorgde beursdeelname

'Dat is waar wij juist goed in zijn!'



Wie heeft zich niet afgevraagd, al rijdend over de Wethouder Schoutenweg in Culemborg: 'Wat voor bedrijf schuilt er achter die grote letters?' Standbouw Prins Design aan de Costerweg heeft niet alleen een herkenbaar pand maar is vooral een begrip in de wereld van de standbouw. Al meer dan 32 jaar draait het bedrijf mee in de dynamische wereld van de standbouw in Nederland en de rest van Europa. "Met een klein team van zes man en de hulp van freelancers werken we gemiddeld 60 tot 80 stands weg per jaar variërend van 10m² tot 200m²", aldus woordvoerder Erik de Gier.

De voorbereiding van een beursdeelname is altijd een tijdrovende en een ingewikkelde bezigheid. "Het begint al bij doelstellingen opstellen voor sales, naamsbekendheid, bemanning van de stand, wat gaan we presenteren, koffie of een tap enzovoort", licht hij toe. "Daarna een budget opstellen, inschrijven en noem maar op. Oh ja, we moeten ook nog een stand hebben met alle voorzieningen. Dat laatste is voor veel bedrijven een lastige hobbel. Dat is waar Standbouw Prins Design juist goed in is. Wij vertalen de doelstellingen en ideeën in een concept. Dit concept wordt omgevormd in een uiteindelijk ontwerp waarbij kwaliteit, technisch uitvoerbaarheid én prijs voorop staat."

Het gaat er volgens hem om dat de klant tijdens het ontwerpproces een goed gevoel krijgt en al

enthousiast wordt, zin krijgt in de beurs en zich niet druk hoeft te maken over de stand. "Wij zorgen voor de stand en regelen alles erom heen (electra, water, takels etcetera). De klant moet enkel zorgen dat die aanwezig is zodra de beurs open gaat. Dat noemen wij full-service."

Chemie

Een standbouwbedrijf kies je niet zomaar. Bedrijven zoeken een partner om daar jarenlang mee te werken. Er moet dus een bepaalde chemie zijn tussen de klant en de standbouwer wat resulteert in iedere keer weer een onderscheidende beursdeelname zonder zorgen. "Wij zijn dan ook best trots om te melden dat het grootste gedeelte van onze klanten al meer dan 15 jaar bij ons hun stand laten bouwen. Dat heeft gewoon te maken met vertrouwen."

Compleet machinepark

Wat niemand weet, is dat Prins sinds 2012 bezig is met een vernieuwingsslag. Zo is er een nieuwe huisstijl ontwikkeld, die beter aansluit bij het huidige karakter. "Naast het nieuwe uiterlijk zien we al de eerste resultaten van de kostenbesparingsplannen. Zoals: efficiënter werken, meer gebruik maken van ons assortiment, scherper inkopen en besparen op administratie door nieuwe softwareoplossingen." Onderdeel van de vernieuwing is ook de zijstap naar de interieurbouw. "De kennis en de kunde was al in huis, maar met het aankomende nieuwe formaat zaag hebben we het machinepark compleet. Dus ook voor ontvangstruimtes, spreekkamers, showrooms en winkelruimtes kan iedereen bij ons terecht."

Dit is in een notendop wat er zich afspeelt achter die grote letters. Bent u op zoek naar een betrouwbare partner voor uw beursdeelname of andere interieurprojecten, aarzel dan niet en stap even binnen of stuur een mailtje naar Standbouw Prins Design. ■

Standbouw Prins Design - Costerweg 4
4104 AJ Culemborg, Tel: +31(0)345-519335
www.standbouwprinsdesign.nl
info@standbouwprinsdesign.nl

BUSINESS FLITSEN

TOEWIJDING, TIJD EN TRANSPARANTIE BIJ OLEANDER UITVAARTZORG

Verder gaan bij stil staan. Dat is het motto van Marja Oosterman. 'Als uitvaartverzorgster wil ik veel voor de nabestaanden betekenen. Zowel voor, tijdens als na de uitvaart. Het moet gaan om een afscheid dat past bij de overledene en waar de nabestaande(n) zich goed bij voel(en)t.'

Door vrouwen wordt men het leven ingedragen, en – als u kiest voor Oleander Uitvaartzorg – ook weer het leven uit. Na een aantal ingrij-

pende, persoonlijke verliezen alsmede ervaring als notarisklerk heeft Marja Oosterman haar gevoel gevolgd en startte ze na een opleiding haar uitvaartonderneming.

Met een eigen visie en werkwijze onderscheidt Oleander Uitvaartzorg zich door veel toewijding, tijd en transparantie. "Ik werk met een open kostenbegroting zonder provisie. Het is belangrijk dat mensen op een eigen, unieke manier vorm kunnen geven aan een afscheid."

Bij het invullen van de plechtigheid kan zij samen met u op zoek gaan naar symbolen, muziek, een gedenkwoord en rituelen die bij u en uw dierbare passen. Een goede verliesverwerking begint immers bij een goede uitvaart.



EKO® GEEFT PRIVÉCONCERT RALF MACKENBACH AAN BASISCHOOL IN MAURIK

Op woensdag 13 februari was het eindelijk zover. Leerlingen en docenten van OBS De Boogerd uit Maurik werden getraakteerd op een privéconcert van Ralf Mackenbach. Zij ontvingen dit concert van Eeko de Eekhoorn als dank voor hun inzet tijdens de speciale inzamelactie, waarbij zij lege cartridges en gebruikte mobiele telefoons inleverden en doneerden aan Hulphond Nederland.

Eeko de Eekhoorn, mascotte van het gelijknamige inzamelprogramma Eeko®, riep diverse scholen

en verenigingen uit het hele land op om zoveel mogelijk cartridges en mobieltjes in te leveren en te doneren aan één van de zestien goede doelen waarmee hij samenwerkt. Op deze wijze werd het milieu gespaard (de ingeleverde cartridges en mobieltjes belandden niet op de afvalberg, maar werden gerecycled en kregen zo een tweede leven) en maakte de school/vereniging kans op een exclusief privéconcert van Ralf. Uit alle deelnemende instellingen was Openbare Basisschool De Boogerd de winnaar! Zij doneerden hun cartridges en mobieltjes aan Hulphond Nederland.

DJS HEKWERKEN UIT VUREN OP TELEVISIE

DJS Hekwerken uit Vuren was zondag 17 februari te zien in het televisieprogramma Business Class op RTL7.

Suze Mens, dochter van presentator Harry Mens, bezocht in deze uitzending de stand van DJS Hekwerken tijdens de Internationale Bouwbeurs in Utrecht. Directeur Johan de Jong toonde daar de nieuwe collectie 'Poorten met klasse' die bestaat uit 60 luxe draaiportalen en 40 schuifportalen in vier verschillende stijlen. Tijdens de uitzending was ook voor het eerst de nieuwe reclamespot van DJS Hekwerken te zien.

De nieuwe collectie 'Poorten met klasse' omvat landelijke, tijdloze, moderne en klassieke toegangsportalen, zowel van staal als van hout. DJS Hekwerken levert handbediende en volledig geautomatiseerde poorten, eventueel voorzien van geavanceerde toegangscontrolesystemen. DJS ontwerpt, fabriceert en

monteert alle hekwerken volledig op maat en in eigen beheer in de moderne werkplaats in Vuren. Naast ontwerp en techniek verzorgt het ook de complete bouwkundige uitvoering.



Zichtbaar in uw regio

RIVIERENLAND
BUSINESS

BOB *Business Ontmoet Business*



Uw vakinformatie altijd binnen handbereik

Vakinformatie 24 uur per dag

- 6 keer per jaar vakinformatie in het regionale zakenmagazine Rivierenland Business
- 12 keer per jaar extra nieuws via de digitale nieuwsbrief
- Actueel nieuws en informatie op www.rivierenlandbusiness.nl

Adverteren?

- All-in pakket: u ontvangt voor één prijs altijd een advertentie in Rivierenland Business, gekoppeld aan een persbericht / bedrijfsprofiel op onze website
- Interesse? Stuur een email naar onze accountmanager: angela@vanmunstermedia.nl

Word nu ook lid van Business ontmoet Business

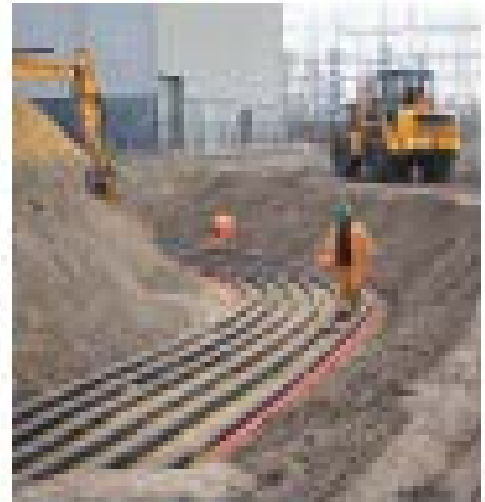
Business ontmoet Business is een zakelijk communicatie- en netwerkplatform voor het bedrijfsleven in uw regio

- U wordt als bedrijf lid van BoB, dit houdt in dat u zichzelf, plus maximaal 3 collega's, altijd kunt inschrijven voor een bijeenkomst
- 12 keer per jaar ontvangt u onze nieuwsbrief
- U ontvangt zes keer per jaar het regionale zakenmagazine Rivierenland Business
- Als BoB-lid kunt u kosteloos een bedrijfsprofiel aanmaken op onze website
- Tenminste vier keer per jaar een BoB Borrel
- Welkomst drankje en buffet/walking diner zijn inbegrepen
- BoB leden worden voor alle evenementen van Rivierenland Business uitgenodigd
- Inschrijving kan via de website of mail danny@vanmunstermedia.nl

Een lidmaatschap kost per jaar 250 euro exclusief btw

Rivierenland Business: het best gelezen magazine

een wereld van verbindingen



• de Maatschappij

De Maatschappij is een organisatie die zich inzet voor de verbetering van de werkomgeving van medewerkers. Dit gebeurt door middel van verschillende initiatieven, zoals het organiseren van workshops en het bieden van ondersteuning bij persoonlijke ontwikkeling. De Maatschappij is ook actief in het gebied van duurzaamheid en sociale verantwoordelijkheid. Dit wordt gedaan door middel van het organiseren van evenementen en het ondersteunen van lokale gemeenschappen. De Maatschappij is een belangrijke pijler van de organisatie en draagt bij aan het succes van de organisatie op lange termijn.

